




3 1761 11553633 6



Digitized by the Internet Archive
in 2022 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761115536336>



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation en
matière financière du Canada

Government
Publications

118

CAI
FCA
- A56

protect

2001-2002 Annual Report

educate



Financial
Consumer Agency
of Canada

Agence de la consommation
en matière financière
du Canada

Canada

Table of Contents

| | |
|----|---|
| 4 | Letter of conveyance |
| 5 | Introduction |
| 9 | A letter from Commissioner Bill Knight |
| 9 | Why we exist and what we do |
| 10 | A changing marketplace: a challenge for all |
| 10 | The information challenge |
| 11 | The service delivery challenge |
| 11 | What we've done so far |
| 12 | What's next |
| 12 | Our focus |
| 12 | Our concerns |
| 13 | Some parting thoughts |
| 17 | Organizational roles and responsibilities |
| 17 | The Commissioner |
| 17 | Consumer Education and Public Affairs branch |
| 18 | The Consumer Contact Centre |
| 19 | Our Web site |
| 19 | Legal services branch |
| 19 | Administrative services branch |
| 19 | Compliance and Industry Relations branch |
| 23 | Consumer complaints and enquiries |
| 23 | Complaint handling by the FCAC |
| 23 | Role of the FCAC |
| 23 | Consumer provision complaints |
| 24 | Complaint handling by financial institutions |
| 24 | General service complaints |
| 25 | A look at the complaints we have received |
| 25 | Alleged breaches of the law or alleged violations of codes of conduct |
| 27 | General service complaints and enquiries |
| 31 | Branch closure filings |
| 31 | Concluding remarks |
| 32 | Declaration of commitment by FCAC employees |
| 33 | Appendices |
| 33 | Appendix A: Glossary |
| 34 | Appendix B: FCAC Case Management Process |
| 35 | Appendix C: Consumer Provisions and Regulations |
| 36 | Appendix D: Status of Consumer Provision Regulations as of March 31, 2002 |
| 37 | Appendix E: Complaint Handling Process: A Generic Example |
| 38 | Financial information |
| 38 | Financial highlights |
| 39 | Management responsibility for financial statements |
| 40 | Financial statements |
| 43 | Notes to the financial statements |





Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Édifice Enterprise Building
427 ouest av. Laurier Ave. West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

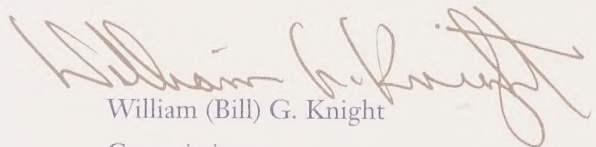
September 20, 2002

The Honourable John Manley
Deputy Prime Minister and Minister of Finance
House of Commons
Ottawa, Ontario K1A 0A6

Minister:

As set out in section 34 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*, I am pleased to submit to you my first annual report, which covers the period from our inception, on October 24, 2001, to March 31, 2002.

Yours truly,



William (Bill) G. Knight
Commissioner

cc: The Hon. Maurizio Bevilacqua, P.C., M.P.
Secretary of State (International Financial Institutions)

Introduction

- **What information does my financial institution have to give me if I want a loan?**
- **Can it ask me for identification if I just want to open an account?**
- **Doesn't it have to cash my employment insurance cheque?**
- **What must my bank do if it closes my branch?**

Consumers have a lot of questions about the financial sector — and about financial products and services, and their rights.

Informed consumers are an important part of any marketplace. They can be a strong source of competitive discipline if they understand the products and services offered to them; have easy access to product terms, conditions and risks; and can easily comparison shop to make the right decisions, at the right time, with the right information.

But surveys show that 64 per cent of Canadians have a very low to modest knowledge of the financial sector — especially women, and younger, less educated and less well-off Canadians. Only 18 per cent are aware that banks offer an ombudsman service to help consumers resolve disputes or complaints with their financial institution.

In 1998, after a thorough review of the financial services sector, the Task Force on the Future of Canadian Financial Services (known as the MacKay Task Force, after its Chair, Saskatchewan lawyer Harold MacKay) made 124 recommendations on the financial services sector. The task force observed that “the current framework for consumer protection is not as effective as it should be in reducing the information and power imbalance between institutions and consumers.”

After studying the task force report, two parliamentary committees held public

consultations across the country and presented their own recommendations. In 1999, the government released a policy paper called *Reforming Canada's Financial Sector: A Framework for the Future*. This paper proposed the creation of the Financial Consumer Agency of Canada (referred to as the FCAC or the Agency).

The FCAC was established in October 2001, when the *Financial Consumer Agency of Canada Act* came into force, as part of the solution to rectify the imbalance between consumers and financial institutions.

The Agency was tasked with a dual mandate of protection and education.

This mandate translates into five activities:

- supervision of federally regulated financial institutions to determine whether or not they are complying with applicable consumer provisions;
 - promotion of policies and procedures that these institutions can adopt to respect their obligations to consumers;
 - monitoring of adherence to voluntary codes and public commitments that federally regulated financial institutions put in place to protect consumers;
 - promotion of consumer awareness about their rights and about the obligations of financial institutions towards them;
 - fostering an understanding of the financial sector and its products and services, while striving to improve the availability, accessibility and clarity of financial information for consumers.
- The FCAC does this by working cooperatively with its stakeholders.

In our first few months of operation, we have moved forward on all of these fronts, advancing our mandate to protect and educate consumers. In this report, we will tell you more about who we are and what we have been doing.

our mandate:

**We supervise and report
on how federally regulated
financial institutions are
complying not only with
the law, but also with their
own voluntary codes and
initiatives.**

**We educate consumers
about financial services
and about the obligations
of financial institutions.**



A letter from Commissioner Bill Knight

This is my first report as the first commissioner of the Financial Consumer Agency of Canada.

In this report we will explain how we operate and how we are building an agency that is committed to protecting and educating consumers.

The basic principles underlying our philosophy are that Canadians, regardless of their income, should have access to basic financial services; that Canadian financial consumers should enjoy the benefits of a competitive marketplace that enables them to choose wisely from a broad range of financial products, services and prices; and that Canadian consumers should have easy access to effective complaint resolution mechanisms when they are not treated fairly.

I am very comfortable with this philosophy because of my experiences in the financial sector and in public service prior to joining the FCAC.

At Credit Union Central of Canada I participated in building a strong company made up of a securities, an asset management and a mutual fund company. The needs of consumers were an integral part of that building process.

As a Member of Parliament helping constituents who had “consumer complaints” with the federal government, and as a member of the House of Commons Committee on Finance, I acquired an appreciation of the challenges Canadian consumers face every day and an understanding of the public policy process that I am putting into practice as head of a “watchdog” agency.

These experiences provided me with a valuable perspective on dealing with consumers, public policy issues and financial sector issues.

Why we exist and what we do

The Financial Consumer Agency of Canada was created to address the imbalance in the relationship between financial institutions and the customers they serve, in part, by consolidating consumer protection activities that were previously spread among several agencies.

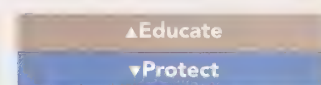
Prior to the establishment of the FCAC, the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI) was responsible for administering federal consumer-related statutes, the Department of Finance was responsible for monitoring adherence to self-regulatory codes and the Office of Consumer Affairs at Industry Canada was responsible for consumer education.

The FCAC provides information that empowers consumers to make wise choices. For example, the information we produce may help them choose a credit card or an account service package with a financial institution.

As the watchdog over federal consumer provisions, we have at our disposal the tools necessary to safeguard consumers.

The financial sector, too, has responsibilities towards consumers. The FCAC works with financial institutions to help them meet these responsibilities by ensuring they provide complaint-resolution systems to deal with day-to-day service or contract disputes.

By giving consumers the right financial information, at the right time, we empower them to make the right decisions.



As the “watchdog” over federal consumer provisions, the FCAC has the tools to protect consumers in the face of the vast changes sweeping the financial services industry.

We follow a “no surprises” approach, in which we work with the financial sector as problems emerge and resolve them before they become serious or systemic.

We are also building relationships with other federal government departments as well as with other regulators and other levels of government, inside and outside Canada.

We are forging links with consumer groups to distribute our educational materials through their distribution channels and to gain a better understanding of their concerns and priorities.

We are working with the Canadian Bankers Association on various educational and awareness programs.

We are forming partnerships with organizations that serve Canadians with low literacy levels to provide these consumers with basic financial information.

This emphasis on collaboration is creating strong ties and ensuring that we can leverage our outreach programs more effectively. The relationships we are building are based on shared information, transparency and openness.

A changing marketplace: a challenge for all

The information challenge

The financial services sector is changing dramatically. Information technology and globalization are driving innovation and giving rise to new opportunities, new demands and new risks.

Consumers are being offered a wide variety of new products and services — by new as well as by traditional players in the financial sector — in new ways, without bricks-and-mortar branches. In this changing marketplace the old distinctions among financial institutions are becoming blurred.

Consumers have more financial choices than ever. While this can be a good thing for consumers overall, increased choice can also be quite bewildering, and result in the information imbalance becoming even more pronounced between consumers and their financial institutions.

Canada is not alone in struggling with the challenges brought about by these changes. U.S. Commerce Secretary Paul O’Neill, for example, has made financial education a priority at the U.S. Treasury. To this end, he has announced plans for a new Office of Financial Education, with a mandate similar to ours.

Francis Bacon once commented: “Knowledge is power.” By educating consumers, by giving them the right financial information, at the right time, consumers will be empowered to make the right decisions. The FCAC can provide consumers with the tools they need to make educated choices. Empowered consumers will demand more from the institutions with which they do business. As consumers shop around, to determine which institutions can best serve their financial needs, institutions will need to compete more aggressively and respond to their demands, creating a better marketplace for both consumers and financial institutions.

The service delivery challenge

Although younger consumers are more likely to try innovative service delivery through call centres, automated kiosks or the Internet, the marketplace is aging. As baby boomers turn to financial institutions with an eye to retiring, this demographic change will also affect the services financial institutions offer their customers.

While Canadian consumers appreciate the convenience that electronic banking — via the Internet, telephone, automated banking machines (ABMs) and debit cards — offers, a significant portion of them, including small businesses, still want personal contact with a customer service representative of their financial institution. Institutions are therefore having to offer multiple channels of service delivery, and not just a choice between “bricks” and “clicks”.

For the FCAC, this changing financial marketplace means we have to find appropriate ways of ensuring compliance in both a bricks-and-mortar world and a virtual world. At the same time, the Agency must keep pace with the need for new or expanded consumer education and information programs for these new financial products and services.

We are positioning ourselves to meet these challenges head-on.

What we've done so far

We have only been around a few months, and already are making progress. Here are some highlights of the year to date:

- We hired and trained a staff of 28 employees, who came from both the private and public sectors.
- We launched our Web site, established the Agency's call centre — the Consumer Contact Centre — and issued a number of brochures on consumer rights and responsibilities.
- We've been working to keep our operations lean and efficient.
 - We outsourced our informatics and communication services through Public Works and Government Services Canada (PWGSC).
 - We outsourced our call centre management to the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC).
 - We outsourced our human resources and financial administration to the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI).
- On December 3, 2001, we released our first report, *Credit Cards and You*.
- On January 9, 2002, we released our draft business plan and draft compliance framework to financial industry stakeholders.
- On February 5–6, 2002, we held our first strategic planning session, with former MacKay Task Force Chair Harold MacKay assisting as a key resource person.

- On February 12–14, 2002, we consulted with the financial sector on our proposed compliance framework.
- On February 28, 2002, we released a *Consumer's Guide to Basic Banking Services* in conjunction with Industry Canada's annual report on the cost of banking.

Our publications provide consumer tips in plain language. They include comparative data on financial products and prices, as well as useful checklists and worksheets that can help consumers track their financial habits and determine their needs. This information is available on our Web site, and through our Consumer Contact Centre.

What's next

Our focus

Our focus in the coming year will be on expanding information about consumer rights and responsibilities. We will update *Credit Cards and You*, as well as our other brochures and publications and produce new publications, as appropriate. We will collaborate with our stakeholders to respond to emerging issues and new consumer needs.

Above all, we will continue to build on our core values.

- We will work in an open and transparent manner.
- We will seek input from our stakeholders.

- We will fill the gaps in consumer knowledge.
- We will put in place our compliance framework and monitoring procedures.
- We will provide feedback on a quarterly basis to the public and to financial institutions on the types of complaints and enquiries we receive.
- We will monitor these complaints and look for patterns.

Our concerns

Although I have been Commissioner for just a few months, already some patterns have begun to emerge. By far the greatest number of complaints that fall under our regulatory mandate has involved consumers who were refused personal bank accounts, generally because of their credit history.

At the moment, the FCAC monitors a public commitment by the Canadian Bankers Association, on behalf of its members, that covers access to basic banking. In reviewing more than 50 cases involving this commitment, we have not found any cases of non-adherence. However, we feel that the financial institutions involved, in many instances, have not respected the spirit of the public commitment.

We recommend that, in the coming year, the Government develop and put in place specific regulations covering access to accounts. This is crucial if we are to protect the principle of access to basic financial services for all Canadian consumers.

Some other financial consumer issues of concern to us are:

- confusing and obscure disclosure statements for such products as credit cards, debit cards and mortgages;
- surcharges that take many consumers by surprise, including those charged by “white-label” automated banking machines (ABMs); and
- exorbitant interest rates charged by “payday loan” companies. The FCAC wants to ensure that consumers are aware of the pitfalls of using these types of financial services.

Our role will evolve as the industry changes. But one thing that will not change is my focus on the consumer’s interests. The FCAC is working to empower consumers by providing them with information tools so that they can obtain financial products and service packages that are appropriate for their needs from the financial institutions of their choice.

By keeping watch over the financial sector on behalf of consumers, by acting as a consumer “watchdog,” we can help ensure that consumers are protected in the face of the vast changes sweeping through the industry.

Some parting thoughts

In summary, it is clear to me that consumer protection and education are inextricably linked. People who are informed about their rights and about the obligations of financial institutions are more likely to exercise those rights and to expect appropriate market conduct from their institution.

But we must be realistic. In today’s busy world, it is difficult for people to take the time to both understand their financial rights and to decipher the complexities of the financial products that they want to use. However, making *uninformed* decisions can be costly and cause consumers to take unnecessary risks.

Therefore, I am committed to working with our stakeholders to develop useful information tools for consumers, such as easy-to-read tips and checklists, and to make plain-language educational materials easily available to consumers.

As we move forward with our educational initiatives, we must find innovative ways to provide financial information that meets the requirements of *all* Canadian consumers. It is becoming clear that the key challenge facing us is to provide a basic framework for financial literacy in Canada. The Agency will look for opportunities to respond to this challenge.

Wherever possible, the FCAC will work with educators to help the next generation of Canadian consumers acquire the knowledge they need to make the right financial decisions for themselves. At the very least, they should know what information they need and how to go about finding that information.

As for the Agency's mandate of consumer protection, I am committed to working with the financial institutions to address the shortcomings identified through the Agency's compliance framework, and to deal with these issues in a timely manner to lessen the chance of the same problems occurring for other consumers. We will also hold these institutions accountable for making sure that their staff understand and comply with the law.

I am committed to sharing information that consumers have brought to our attention, so that all Canadians can learn about real issues, of concern to them. We will also share information with each financial institution, in the form of timely reports on specific topics related to their operations, so that they can address consumer problems proactively.

The Agency, the financial industry and consumers alike have a vested interest in ensuring that Canadian consumers have easy access to financial products, are able to make informed decisions and can have their questions and complaints addressed by their financial institutions.



William G. Knight, Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada

Federally regulated financial institutions must comply with federal consumer legislation. We have developed our compliance framework through extensive consultations with our stakeholders.

Our publications provide consumer tips in plain language, clear comparisons of financial products and prices, and useful checklists and worksheets that can help consumers track their financial habits and determine their needs.



Organizational roles and responsibilities

The Commissioner

The FCAC Commissioner is appointed for a period of up to five years. Bill Knight is the first Commissioner of the Agency. His responsibilities include:

- reporting to Parliament annually and to the Minister of Finance regularly on the FCAC's activities and findings;
- managing the operations of the FCAC, which includes responsibility for all aspects of its programs, finances, administration and human resources management;
- supervising more than 470 federally regulated financial institutions to see if they are complying with the applicable consumer protection legislation, with the memoranda of understanding they have signed with the Government of Canada, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- increasing national consumer education initiatives through collaboration with stakeholders.

The Commissioner is also responsible for the administrative monetary penalty scheme under the FCAC Act. He may issue a notice of violation if a financial institution does not comply with its legislated consumer obligations. The Commissioner can also make public the nature of the violation and issue fines of up to \$100,000. (See the section on Compliance for more information.)

Organization Chart — Financial Consumer Agency of Canada

Chart 1

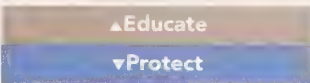


The FCAC Commissioner is an ex-officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC) and a member of the Board's Governance Committee. He is also a member of both the Financial Institutions Supervisory Committee (FISC), chaired by the Superintendent of Financial Institutions, and the Senior Advisory Committee (SAC), chaired by the Deputy Minister of Finance, where the FCAC Commissioner adds a consumer perspective to the policy advice this committee provides to the Minister of Finance.

Consumer Education and Public Affairs branch

The Consumer Education and Public Affairs branch produces brochures, guides and other materials to inform consumers about financial institutions' legal obligations; carries out research and surveys; and disseminates this information through the media, through the FCAC Web site and through stakeholders.

Our consumer information — available on our Web site and through our Consumer Contact Centre — can help consumers choose a credit card or an account service package with a financial institution.



If a consumer thinks a financial institution has not respected its lawful obligations, we want to hear about it.

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the FCAC to foster “an understanding of financial services and issues related to financial services”. To this end, the branch produced two publications.

- *Credit Cards and You*: This publication explains the different types of credit cards, provides comparative tables on interest rates and other variables, and explains credit card terminology in plain language.
- *Consumer’s Guide to Basic Banking Services*: This annual publication gives consumers tools to understand their banking needs, to compare different options and to choose the best service package for their requirements. The 2001 edition also focussed on the needs of certain segments, such as low-income consumers, and looked at such topics as “white-label” automated banking machines (ABMs).

The branch is also charged with promoting awareness of the obligations of financial institutions and the responsibilities of consumers. It addressed this, in part, through brochures on specific topics:

- *What you should know if your branch closes*
- *Do you have a problem or complaint?*
- *Low-fee accounts*
- *Protecting your interests*
- *Working to protect and educate consumers*
- *What you don’t know can affect you*

As of March 31, 2001, the Consumer Education and Public Affairs branch mailed out more than 1,000 copies of each of the FCAC’s major reports to parliamentarians, libraries, financial

institutions, consumer groups and others, and received 131 requests for its publications.

The branch also creates and broadens public awareness of the Agency. It issued media releases: to announce the opening of the Agency and to launch its major publications. As a result, more than half of the media inquiries fielded by the branch pertained to *Credit Cards and You* and the *Consumer’s Guide to Basic Banking Services*.

The Commissioner and Deputy Commissioner were both involved in extensive consultations with consumer groups, other regulators, financial industry associations and chief executive officers (CEOs) of financial institutions. They made presentations to these audiences, as well as to public policy groups and academic institutions, to familiarize and update them on the Agency’s mandate and activities, and to respond to their questions and concerns.

The Consumer Contact Centre

Many consumers’ first point of contact with the FCAC is the Consumer Contact Centre, which the Agency shares with the Canada Deposit Insurance Corporation. Inquiries officers from the Centre answer questions from callers and offer assistance in the official language of their choice.

The Centre operates from 8:30 a.m. to 6:00 p.m. (Eastern Standard time). Callers may leave a message after hours, on weekends or on statutory holidays. These messages are returned the next business day.

As of March 31, 2002, we received 4,769 telephone calls, letters, e-mails and in-person visits. Roughly a quarter, 1,560 in all, were related to credit cards.

Our Web site

— <http://www.fcac-acfc.gc.ca/>

Our Web site is our visible face to the public. In an average month, we receive nearly 60,000 “visits” from approximately 8,000 individuals or organizations.

The media section of the site is the most frequently visited, followed by the sections for consumers. Visitors have come to review our on-line publications nearly 8,000 times, as of March 31, 2002. Consumers can also download publications directly, which saves printing and distribution costs. Our most popular on-line document is the *Consumer's Guide to Basic Banking Services*, which has been downloaded more than 7,000 times. Our most popular brochure, meanwhile, is *Low-fee accounts*.

Legal services branch

The federal Department of Justice provides legal services to the FCAC. A Senior Counsel from Justice is part of the management structure of the Agency and reports directly to the Commissioner. Counsel offers advice on all aspects of the FCAC's mandate and operations.

Administrative services branch

The Administrative Services branch provides the Agency with such services as human resources, financial, access to information and privacy, materiel management, facilities management, records management, informatics, security, occupational health and safety, mail and messenger services.

How Consumers Contacted the FCAC (October 24, 2001 – March 31, 2002)



Chart 2

(See also Chart 7)

Phone calls (4,341)

Letters (228)

E-mails (194)

In-person visits (6)

Total contacts: 4,769

The FCAC has contracted out its human resources and financial services to the Office of the Superintendent of Financial Institutions, and its informatics and communication services to Public Works and Government Services Canada.

Compliance and Industry Relations branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following Acts:

- the *Bank Act*
- the *Insurance Companies Act*
- the *Trust and Loan Companies Act* and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

Consumers may view these provisions on-line, in the “Compliance Information” section of the FCAC's Web site.

The FCAC's Compliance and Industry Relations branch monitors, and works to ensure compliance with, the consumer provisions, which include requirements for such activities as: opening retail deposit accounts; cashing federal government cheques; closing retail branches; coercive tied selling; disclosing cheque-hold policies; providing information to consumers about the

FCAC; establishing procedures for dealing with complaints; preparing annual public accountability statements and disclosing the cost of borrowing.

The branch's responsibilities include:

- investigating and responding to consumer complaints that fall under any of the Acts mentioned above;
- managing the compliance framework and monitoring its efficiency (this framework is discussed in more detail later in this report);
- examining federally regulated financial institutions to ensure they comply with this framework;
- monitoring adherence to voluntary codes of conduct or public commitments designed to protect the interests of consumers; and
- monitoring the FCAC's tracking systems to identify patterns.

Voluntary codes are commitments the financial institutions have put in place to guide their conduct. They cover such things as debit cards and credit relations with small businesses. Even though the codes are "voluntary," meaning the FCAC cannot enforce them, the Agency expects financial institutions to abide by these codes. To this end, the FCAC monitors adherence to the codes, investigates complaints and publicly reports on the results of our monitoring.

Among the tools the branch has at its disposal to monitor compliance are "mystery" shopping, consumer surveys, analysis of complaints and enquiries, annual examinations of federally regulated financial institutions and studies by third parties.

The FCAC does not use a traditional regulatory approach. We have developed our compliance framework through extensive consultations with stakeholders. During this consultation process we have shared our ideas frankly with our stakeholders, sought their input and feedback, and incorporated many of their suggestions into our framework, which we have provided to them.

Our methods for securing compliance range from persuasion through to the imposition of fines and, if needed, public disclosure in instances of a breach of the consumer provisions. The specific approach we take in a particular case is determined by several factors, such as the severity and frequency of the problem; whether the breach is an isolated incident or systemic in nature; whether it is deliberate; and the degree of co-operation we receive with any investigation we undertake.

Appendix B outlines the Agency's case management process for alleged breaches of the consumer provisions; Appendix C provides a chart of the types of consumer provisions and regulations the Agency supervises and with which it ensures compliance; and Appendix D outlines the current status of the consumer provisions and regulations that the FCAC monitors.

The FCAC investigates complaints related to all banks and all federally registered or incorporated insurance and trust and loan companies to determine if there has been a breach of the consumer provisions.

We inform consumers about the redress mechanisms in place at financial institutions to resolve "general service" complaints relating to such issues as quality of service, business policies or hours of operation.



Consumer complaints and enquiries

Complaint handling by the FCAC

Role of the FCAC

The Agency only has jurisdiction over complaints that involve breaches of federal consumer provision legislation or regulations.

We have no mandate to resolve “general service” complaints relating to quality of service, business policies or hours of operation. However, we do make consumers aware of the complaint resolution systems that financial institutions have in place to deal with these types of complaints.

The Commissioner may collect any personal information that is considered necessary for supervising compliance with the consumer provisions by federally regulated financial institutions. Such information is treated as confidential by the FCAC.

The Agency is subject to the *Privacy Act* and the *Access to Information Act*, as well as to regulations relating to these Acts.

Consumer provision complaints

The FCAC investigates complaints related to all banks and all federally registered or incorporated insurance and trust and loan companies. The Agency is not responsible for credit unions, finance companies, mutual fund dealers, securities dealers and other financial institutions that fall under provincial jurisdiction.

Federally regulated financial institutions must comply with federal consumer legislation. If a consumer thinks a financial institution has not respected its lawful obligations, we want to hear about it.

In addition to reporting a breach of the consumer provisions, if consumers are seeking redress, we inform them of the process in place at financial institutions to handle individual redress.

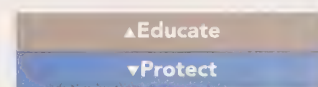
Under our compliance framework, federally regulated financial institutions are also obliged to self-report customer complaints to the FCAC if these complaints suggest a possible breach of the law.

Any consumer can file a complaint about a breach of a consumer provision with the FCAC. There is no cost involved. Consumers can call us toll-free at 1-866-461-3222 or e-mail us at info@fcac-acfc.gc.ca. Appendix B illustrates our case management process.

When someone calls us with a complaint, we ask for details, to assess whether it falls under our jurisdiction and if it involves a possible breach of the law. If we need to do some research, we will call the consumer back within 48 hours. Once we understand the consumer's situation and have determined whether the complaint falls under our jurisdiction, we inform the consumer of the options available. If the complaint involves a possible breach of the law, an FCAC compliance officer contacts the consumer's financial institution to discuss the complaint. If further action is recommended, an officer may request factual information in writing from the consumer and the institution.

If it is determined that the institution has breached a consumer provision, we may issue a warning letter or “notice of violation” to the institution and impose a monetary penalty. We may also publicize details of a violation, including the name of the institution that committed the violation and the amount of the penalty imposed.

Once we understand the consumer's situation and have determined whether the complaint falls under our jurisdiction, we inform the consumer of the options available.



Any consumer can file a complaint about a breach of a consumer provision with the FCAC. There is no cost involved.

Complaint handling by financial institutions

Since October 24, 2001, the FCAC has been working with federally regulated financial institutions to ensure they put in place the required complaint resolution procedures. Appendix E provides a generic example of a financial institution's complaint handling process. By March 31, 2002, the majority of institutions were in compliance with this obligation. We will continue to work with those that have not yet properly filed their procedures with the FCAC, since these procedures are an important part of addressing complaints that consumers may have with a financial institution.

General service complaints

Although the FCAC has no mandate to resolve "general service" complaints, we try to help consumers where we can. For example, the Agency promotes consumer awareness of complaint resolution systems already in place in financial institutions.

The FCAC does not provide redress or monetary compensation to consumers who feel they have been treated unfairly by their financial institution.

We do not handle complaints involving:

- the pricing of products (e.g., insurance premiums, service fees, credit card charges);
- the quality of service received;
- loan and credit granting policies; or
- billing errors, advertising or contractual matters.

If financial consumers have a general service complaint, their first step is to try to resolve the problem directly with their financial institution. This may involve

dealing with branch staff or a local representative. Financial institutions must help consumers who want to make a complaint. Every federal financial institution is required by law to have a process for handling complaints and must have staff dedicated to this task. The financial sector is one of the few industries in Canada that has this customer service requirement — which is part of the solution in addressing the power imbalance between financial institutions and consumers.

Most federally regulated financial institutions belong to an ombudsman service or to an external dispute resolution body, whose role is to help resolve disputes fairly and impartially. If consumers are seeking redress and if their complaint has not been resolved to their satisfaction by their financial institution's complaint handling process, they can have the complaint reviewed by a third party. This service is non-binding and is available to any individual or small business with a complaint against a federal financial institution.

The FCAC is looking forward to working with the Centre for the Financial Services OmbudsNetwork (CFSON) that will be created in the coming year to provide ombudsman services in the banking, life and health insurance, property and casualty insurance, and securities and mutual fund industries for Canadian consumers who are seeking redress. Partnering with the CFSON will enable us to implement our mandate more effectively to protect Canadian financial consumers.

A look at the complaints we have received

Alleged breaches of the law or alleged non-adherence to codes of conduct

Because the FCAC was established in October, the charts presented in this annual report contain data from only the first few months of operations. It is our intention to update this information on a regular basis and to make it available to Canadian consumers, in order to keep them fully informed about our activities and our findings.

Chart 3 represents the total number of “alleged non-compliance” complaints related to the consumer provisions, and “alleged non-adherence” complaints related to voluntary codes of conduct and public commitments by federally regulated financial institutions, which the FCAC received between October 24, 2001, and March 31, 2002.

Of the 134 complaints that the FCAC has received since October 24, 2001, 54 involved a refusal to open an account because of the consumer’s credit history. Refusal to open accounts is a major issue of concern, accounting for 40 per cent of the total number of compliance-related complaints received by the FCAC. A poor credit history is the underlying reason for the majority of these refusals.

As Chart 4 indicates, the FCAC received 134 complaints of alleged violations of the law, or of non-adherence to a code of conduct or to a public commitment to protect consumers.

Number of Alleged Non-Compliance/Non-Adherence Complaints Received by Compliance Issue
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 3

| | Complaints |
|--|------------|
| Accounts: Advance notice of fee increases | 14 |
| Accounts: Agreement and Complaint procedures | 1 |
| Accounts: Charges for account maintenance | 1 |
| Accounts: Disclosure of information, charges or services | 3 |
| Accounts: Low-cost accounts | 3 |
| Accounts: Minimum balance requirement | 1 |
| Accounts: Refusal to open (credit history/bankruptcy) | 54 |
| Accounts: Refusal to open (general) | 12 |
| Accounts: Refusal to open (ID) | 5 |
| Coercive tied selling | 8 |
| Cost of Borrowing — General | 4 |
| Credit Card: Change to COB* | 2 |
| Credit card: Non-disclosure of COB*, interest or fees | 3 |
| Debit Card Code | 2 |
| Establishment of complaint procedures | 1 |
| Failure to inform how to reach the FCAC | 2 |
| Federal government cheques: Fee charged to cash | 1 |
| Holds on cheques: Deposits | 4 |
| Loans — Failure to disclose COB* (advertising) | 4 |
| Loans — Failure to disclose COB* when issued | 2 |
| Loans — Information on repaying rebates/charges | 1 |
| Loans — Notification of changes in COB* | 4 |
| Public commitment | 1 |
| Small Business Code | 1 |
| Total | 134 |

*COB means the “cost of borrowing” and refers to the disclosure requirements in the federal regulations.

Status of Cases Processed
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 4

| | |
|--|------------|
| Adherence | 49 |
| Breach | 0 |
| Non-Adherence | 0 |
| Non-Breach | 31 |
| Resolved | 6 |
| Withdrawn | 21 |
| Sub-total | 107 |
| Total cases received (See Chart 3) | 134 |
| Total cases closed | 107 |
| Total cases still under investigation | 27 |

(See Glossary, page 33, for definition of terms.)

Number of Alleged Non-Compliance/Non-Adherence Complaints Received by Type of Institution
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 5

| | |
|--------------------------------------|------------|
| Domestic Banks | 108 |
| Foreign Bank Branches — Full-Service | 2 |
| Foreign Banks | 8 |
| Trust Companies | 4 |
| Unknown Bank* | 12 |
| Total | 134 |

*The consumer did not disclose the type of bank he/she was contacting the FCAC about.

Number of Alleged Non-Compliance/Non-Adherence Cases Closed by Type of Disposition
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 6

(See also Chart 4)

| | |
|---------------------------|------------|
| Adherence | 39 |
| Breach | 6 |
| Non-Adherence | 0 |
| Non-Breach | 31 |
| Resolved | 6 |
| Withdrawn | 21 |
| Total cases closed | 107 |

Of these, 27 were still being investigated as of March 31, 2002. Six were resolved, 21 were withdrawn and the remainder were found *not* to involve a breach of the regulations, or non-adherence to voluntary codes of conduct or public commitments.

Chart 5 represents the total number of complaints the FCAC received by type of financial institution. Since most of the consumer provisions apply to *deposit-taking* institutions, it is understandable that the vast majority of complaints — 97 per cent of the complaints received — involved the banking sector.

Chart 6 represents the total of alleged non-compliance or non-adherence complaint cases closed by type of disposition between October 24, 2001, and March 31, 2002.

General service complaints and enquiries

As Chart 7 indicates, the FCAC received a total of 4,769 complaints and enquiries from consumers between October 24, 2001, and March 31, 2002, which were related primarily to credit cards, loans and existing mortgages, bank accounts and the quality of service provided at the consumer's financial institution.

Chart 2, on Page 19, indicates *how* consumers contacted the FCAC.

Chart 8 indicates the specific issues with which consumers were most concerned.

Credit cards — Consumers expressed concerns about changes in their credit card fees as well as about receiving unsolicited applications for credit cards in the mail.

Deposit accounts — Consumers complained about the “lengthy” holds placed on cheques deposited in their accounts.

General enquiry — Consumers frequently contacted the FCAC to enquire about the authenticity of various financial institutions.

Loans/existing mortgages — Consumers enquired about penalties they were being charged by their financial institution to break an existing mortgage.

Quality of service — Consumers who were not clients of a particular financial institution were upset when the institution would not serve them.

Chart 9 represents the total number of complaints and enquiries received.

Total Number of Complaints and Enquiries Received
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 7

| | Complaints | Enquiries | Total Complaints and Enquiries |
|--|--------------|--------------|--------------------------------|
| Banks | 1,565 | 1,306 | 2,871 |
| Life Insurance Companies | 96 | 82 | 178 |
| Property and Casualty Insurance Companies | 67 | 32 | 99 |
| Trust and Loan Companies | 95 | 80 | 175 |
| Non-Federally Regulated Financial Institutions | 393 | 716 | 1,109 |
| FCAC-related | 2 | 163 | 165 |
| Miscellaneous | 5 | 2 | 7 |
| Total Complaints & Enquiries | 2,223 | 2,381 | |
| Non-Compliance/Non-Adherence | 134 | 31 | |
| Grand Total | | | 4,769 |

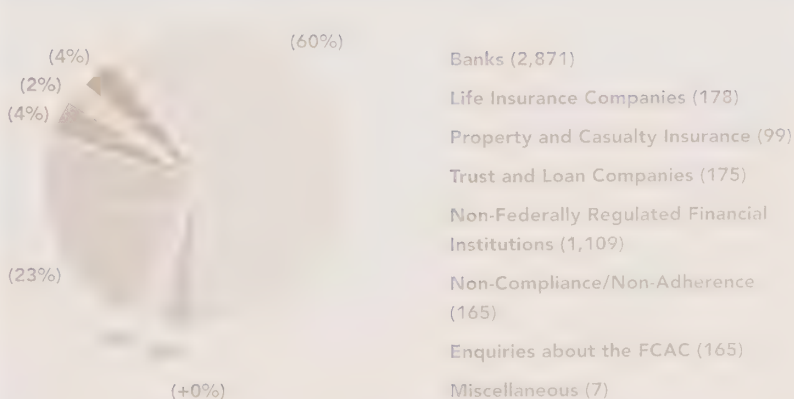
Major Types of Complaints and Enquiries Received
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 8



Percentage of Complaints and Enquiries Received
(October 24, 2001 – March 31, 2002)

Chart 9



We will hold financial institutions accountable for making sure their staff understand and comply with the law.

Our Web site is our most visible face to the public. In an average month, we receive nearly 60,000 "visits" from approximately 8,000 individuals or organizations.



Branch closure filings

During the period October 24, 2001, to March 31, 2002, the FCAC received 13 filings by financial institutions regarding anticipated branch closures.

The Agency is responsible for ensuring that these filings meet regulatory requirements.

As of March 31, 2002, all of these branch closure filings were still under review.

Concluding remarks

In all of the initiatives that we — as Commissioner and employees of the Financial Consumer Agency of Canada — are undertaking, we are keeping the needs of financial consumers uppermost in our minds.

We have worked hard to make sure that Canadian financial consumers are fully aware of their rights and responsibilities under the law and that Canada's federally regulated financial institutions comply fully with their consumer obligations.

We are committed to ensuring that all Canadians — regardless of geographic location, economic circumstances, education, age, gender or cultural background — can obtain access to the federally regulated financial sector.

And we have focussed our efforts on providing consumers with useful, timely, comprehensible information about financial products and services so that they can ask the right questions and choose wisely from the multitude of financial products and services available to them.

Our most popular on-line document is the *Consumer's Guide to Basic Banking Services*, which has been downloaded more than 7,000 times. Our most popular brochure is *Low-fee accounts*.




We will work with financial institutions to remedy compliance shortcomings in a timely manner.

FCAC Staff — Committed to Protecting and Educating the Canadian Financial Consumer


Nicole Barbe, Compliance Processing Coordinator


Stephen Barry, Senior Counsel

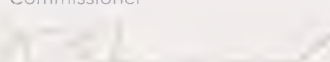

Jim Callon, Deputy Commissioner



Jocelyne Charette, Administrative Services Officer


Chantal Charreyron, Administrative Assistant, Consumer Education & Public Affairs

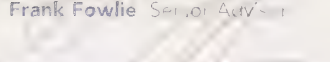

Madeleine Cormier, Information Management Officer


Joanne Delorme, Executive Assistant to the Commissioner



David Desormeaux, Webmaster/Publications Officer


Dawn Findlay, Administrative Assistant, Compliance & Industry Relations


Frank Fowlie, Senior Advisor


Bernard Gagné, Compliance Officer


Kirti Gauthier, Compliance Officer

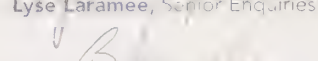

Jean-Pierre Giroux, Administrative Services Manager


William (Bill) Knight, Commissioner


Michelle Labrèche, Administrative Assistant to the Deputy Commissioner


Amanda Lafontaine, Classifier


Lyse Laramée, Senior Enquiries Officer


Bruno Levesque, Consumer Education Officer


Christina McDonald, Enquiries Officer

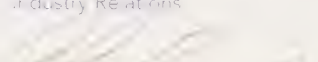

Brigitte Mineault, Public Affairs Officer


Susan Murray, Director, Consumer Education and Public Affairs


Martin Pacheco, Consumer Education Team Leader

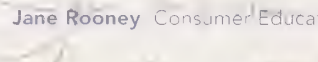

Kim Peterson, Public Affairs Officer


Danielle Poulin, Director, Compliance and Industry Relations


Andy Rapoch, Public Affairs Officer


Isabelle Rodrigue, Consumer Education Officer


Jane Rooney, Consumer Education Officer


Jean-Guy St-Amour, Compliance Officer


Beverley Smith, Public Affairs Team Leader

Appendix A: Glossary

Adherence — After investigation by the FCAC, the financial institution's actions with respect to the complaint were found to be consistent with the voluntary code of conduct or public commitment of the financial institution/industry.

Breach — After investigation by the FCAC, it was determined that the complaint did involve a breach of a consumer provision.

Closed — Number of compliance cases investigated by the FCAC and concluded by March 31, 2002.

Non-Adherence — After investigation by the FCAC, it was determined that the complaint was founded and that the actions of the financial institution did not adhere to the terms of the voluntary code of conduct or public commitment.

Non-Breach — After investigation by the FCAC, it was determined that the complaint did not involve a breach of the regulations.

Pending — Number of compliance cases still under investigation by the FCAC as of March 31, 2002.

Received — Number of complaints received and entered into the FCAC's tracking system between October 24, 2001, and March 31, 2002.

Resolved — After investigation by the FCAC, the complaint was resolved by the financial institution to the satisfaction of both the FCAC and the consumer.

Withdrawn — The consumer requested that the FCAC not proceed any further with investigating his/her complaint, or the consumer did not respond to the FCAC's attempts to contact him or her, in order to continue its investigation.

Appendix B: FCAC Case Management Process

Process

Potential Outcomes

1. Complaint received by or reported to FCAC is entered into case/inquiry tracking system.
2. Complainant advised of FI complaint process.
3. Case assigned to compliance officer.
4. Officer reviews previous complaints against financial institution to consider whether systemic issue.
5. Contact made with financial institution to clarify problem.

—————→ *Compliance issues not identified or considered administrative error.*

6. Compliance officer requests factual information in writing from complainant and financial institution.

—————→ *Determined not to be a compliance issue, no further action.*

7. Compliance officer reports findings with recommendation to the Commissioner.
Copy of report is sent to financial institution for comment.

Commissioner's options:

- Reprimand letter
- Compliance Agreement
- Notice of Violation
- Administrative penalty

Appendix C: Consumer Provisions and Regulations

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following Acts:

- the *Bank Act*
- the *Insurance Companies Act*
- the *Trust and Loan Companies Act* and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

The following table summarizes the legislated consumer provisions that the Agency administers, and the types of federally regulated financial institutions that each provision affects.

| | Banks | Trust and Loan Companies | Insurance Companies | Retail Associations |
|--|-------|--------------------------|---------------------|---------------------|
| Consumer Provisions | | | | |
| Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts | X | X | | X |
| Requirement to disclose the cost of borrowing | X | X | | X |
| Requirement to have procedures for protecting customer information | X | X | | X |
| Requirement to open retail deposit accounts (not in effect) | X | | | |
| Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect)* | X | | | |
| Consumer's right to close a retail deposit account that he or she opened by phone, without charge after 14 days of having opened the account | | X | | X |
| Prohibition on charging for cashing government cheques | | X | | X |
| Obligation of institutions to cash government cheques under \$1,500, as specified by regulation (not in effect) | | | | |
| Requirement for institutions to provide notice before closing a retail branch | X | X | | |
| Requirement for large institutions (with equity of \$1 billion or more) to file public accountability statements | | X | | |
| Requirement for institutions to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with the FCAC | X | X | X | X |
| Requirement for institutions to join a complaint resolution organization | X | X | X | X |
| Restriction on institutions concerning coercive tied selling | X | | | |
| Requirement to provide notice when deposits not CDIC-insured | X | | | |
| Consumers' right to prepay loans | X | X | X | X |
| Requirement for institutions to inform consumers about the FCAC when their complaint involves a consumer provision | X | X | X | X |
| *A Memorandum of Understanding between the Government of Canada and the major banks is in place to offer low-cost accounts. | | | | |
| Other Provisions | | | | |
| Requirement for the FCAC to monitor financial institutions' codes of conduct and public commitments (such as codes dealing with debit cards and with small- and medium-sized businesses) | X | X | | X |
| Requirement for the FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention | X | X | X | X |
| Requirement for institutions to provide information to the Commissioner | X | X | X | X |
| Compliance examination and reporting | X | X | X | X |
| Compliance agreements | X | X | X | X |
| Assessments for funding the FCAC | X | X | X | X |
| Designation of contraventions that are subject to administrative penalties | X | X | X | X |

Appendix D: Status of Consumer Provision Regulations as of March 31, 2002

| Name of Regulation | Status | Reference Number |
|---|----------|--|
| Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/2002-39 |
| Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-370 |
| Complaint Information (Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-371 |
| Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-373 |
| Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-372 |
| Complaint Information (Retail Associations) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-374 |
| Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-375 |
| Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/1999-277 |
| Cost of Borrowing (Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-101 |
| Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-102 |
| Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-103 |
| Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations | Pending | |
| Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-104 |
| Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/99-278 |
| Disclosure of Charges (Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/92-324 |
| Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations | Pending | |
| Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/1999-272, as amended by SOR/DORS/2001-468 |
| Disclosure of Interest (Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/1992-321, as amended by SOR/DORS/2001-469 |
| Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations | Pending | |
| Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/1992-322, as amended by SOR/DORS/2001-470 |
| Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-471 |
| Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-472 |
| Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations | Pending | |
| Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/2001-473 |
| Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations | In force | SOR/DORS/2001-474 |
| Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations | In force | SOR/DORS/2002-101 |
| Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations | Pending | SOR/DORS/2002-102 (as of March 31, 2002) |
| Notice of Branch Closure (Banks) Regulations | In force | SOR/DORS/2002-104 |
| Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations | In force | SOR/DORS/2002-105 |
| Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/2002-106 |
| Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations | In force | SOR/DORS/2002-133 |

Appendix E: Complaint Handling Process — Federally Regulated Financial Institutions (FRFIs): A Generic Example

Consumer complaint received at initial level of complaint review process.
Complainant provided complaint brochure with information on how to contact FCAC.

Unresolved ————— Client problem resolved

Complainant referred from initial level for review; FRFI identifies whether it involves a potential consumer provision complaint. If so, also refers compliance issues to FCAC.

FCAC receives Complaint Summary Report within 60 days of being referred to the next step from the initial level.

Unresolved ————— Client problem resolved

See Appendix B.

Referred to financial institution ombudsservice, if applicable.

Unresolved ————— Client problem resolved

Third-party dispute resolution mechanism. Complaint decision finalized for the client.

Financial information

Financial highlights

Since the Financial Consumer Agency of Canada is a new agency that began operations on October 24, 2001, the following financial statements represent approximately six months of operations, for the fiscal year 2001–02.

The FCAC is funded entirely by assessments paid by federally regulated financial institutions. Since most of the consumer provisions that the Agency oversees relate to banks, banks are assessed more than 90 per cent of the Agency's costs. This is consistent with the fact that 90 per cent of the FCAC's workload originated from complaints by bank customers.

In establishing the FCAC, steps were taken to minimize costs by contracting out services that would be expensive for a small agency to house internally. Therefore, partnerships were formed to enable the provision of the following services by other organizations:

- Human resources and financial administrative services were contracted out to the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI).
- Informatics and communication services were contracted out to Public Works and Government Services Canada (PWGSC).
- The call centre (Consumer Contact Centre) management was contracted out to the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC).

These partners have proven experience in providing quality services. By working with OSFI and CDIC, the FCAC is also able to benefit from their knowledge and experience in dealing with the financial sector — whether this involves having access to experienced call centre personnel or making use of established databases to calculate assessments.

As we move forward, we will continue to ensure the effective use of our financial resources, to fulfil our mandate to protect and educate Canadian financial consumers.

Management responsibility for financial statements

Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements and the consistency with all other information contained in this annual report rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgment, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices, and information systems designed to provide reasonable assurance that assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations as well as FCAC policies and statutory requirements.



William G. Knight

Commissioner,

Financial Consumer Agency of Canada



Jim Callon

Deputy Commissioner,

Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada

July 22, 2002

Statement of Financial Position

As at March 31 (unaudited)

2002

ASSETS

Current

| | |
|-------------------------|--------------|
| Cash Entitlement | \$ 4,507,326 |
| Outstanding Assessments | 6,829,109 |
| Other Assets | 31,376 |

Capital Assets (note 5) 719,088

Total Assets \$ 12,086,899

LIABILITIES

Current Liabilities

| | |
|--|--------------|
| Accounts Payable and Accrued Liabilities (note 6, 7) | \$ 1,289,067 |
| Unearned Revenue | 3,690,589 |
| Loan Payable (note 6) | 7,000,000 |

Employee Future Benefits 107,243

Total Liabilities \$ 12,086,899

Equity of Canada —

TOTAL LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA \$ 12,086,899

Commitments (note 8)

Approved by:



William G. Knight

Commissioner, Financial Consumer Agency of Canada

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Statement of Operations and Equity of Canada

For the year ended March 31 (unaudited)

2002

REVENUE

| | |
|----------------------|------------------|
| Assessments | \$ 3,297,772 |
| Total Revenue | 3,297,772 |

EXPENSES

| | |
|--|------------------|
| Salaries and Benefits (note 4) | 988,914 |
| Provision for Employee Future Benefits | 107,243 |
| IM/IT Costs (note 7) | 834,796 |
| Professional Services (note 7) | 621,394 |
| Accommodation (note 7, 8) | 522,135 |
| Administration | 223,290 |
| Total Expenses | 3,297,772 |
| Net Operating Results | \$ — |

EQUITY OF CANADA

| | |
|--------------------------------------|-------------|
| Equity of Canada, Beginning of Year | — |
| Equity of Canada, End of Year | \$ — |

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Statement of Cash Flow

For the year ended March 31 (unaudited)

2002

OPERATING ACTIVITIES

| | |
|---|--------------------|
| Net Operating Results | \$ — |
| Non-cash items included in net operating results | |
| Amortization of Capital Assets | 58,468 |
| Accrued Severance | 107,243 |
| Changes in working capital | |
| Increase in Outstanding Assessments | (6,829,109) |
| Increase in Other Assets | (31,376) |
| Increase in Accounts Payable and Accrued Liabilities | 1,289,067 |
| Increase in Unearned Revenue | 3,690,589 |
| Cash Flow provided by Operating Activities | (1,715,118) |

INVESTING ACTIVITIES

| | |
|--|------------------|
| Acquisition of Capital Assets | (777,556) |
| Cash Flows provided by Investing Activities | (777,556) |

FINANCING ACTIVITIES

| | |
|--|------------------|
| New Borrowings during the year | 7,000,000 |
| Cash Flows provided by Financing Activities | 7,000,000 |

CASH ENTITLEMENT

| | |
|-----------------------------|---------------------|
| Increase during the year | 4,507,326 |
| Balance, Beginning of Year | — |
| Balance, End of Year | \$ 4,507,326 |

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Notes to the Financial Statements

For the year ended March 31, 2002 (unaudited)

1. Authority and Objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (FCAC Act) was proclaimed into force establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act*; it must:

- a) **supervise** financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them
- b) **promote** the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them
- c) **monitor** the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers
- d) **promote** consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them, and
- e) **foster** an understanding of financial services and issues relating to financial services, in co-operation with any department, agency or agency corporation of the Government of Canada or of a province, financial institutions and consumer and other organizations.

Section 18(3) of the FCAC Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are entirely funded through this process. No annual parliamentary appropriations are received by the Agency and the Government of Canada made no initial investment in the Agency at start-up.

FCAC assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds as authorized under Section 13.1 of the FCAC Act.

2. Summary of Significant Accounting Policies

(a) Basis of Presentation

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Readers of these statements are cautioned that these statements include assets and liabilities, together with expenses, which are not commonly recorded at the departmental level at this time. The introduction of accrual accounting at the department level is evolutionary; however, since the Agency is entirely dependent on its assessments of financial institutions to fund its costs of operations, all costs, including those in relation to employee future benefits, as well as cash collected from regulated financial institutions, are recorded and presented in the Agency's departmental statements.

(b) Revenue Recognition

FCAC matches its revenue to its operating costs and any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as current liabilities (unearned revenue) on the statement of financial position.

Assessments are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an accounting of the previous year's assessed costs against actual costs incurred. This assessment process occurs before December 31 in each year in accordance with Section 18(1) of the FCAC Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to defray its costs of operation.

(c) Employee Future Benefits

(i) Pension Benefits

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Superannuation Plan (the Plan) administered by the Government of Canada. Both employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. The Agency's contribution amount is currently based on a multiple of employees' required contributions, and may change over time depending on the experience of the Plan. These contributions represent the total pension obligations of the Agency and are charged to operations on a current basis. FCAC is not required under present legislation to make contributions with respect to any actuarial deficiencies of the Plan.

(ii) Severance Benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits is actuarially determined and is accrued as employees render their services necessary to earn severance benefits.

The cost of the severance benefits is actuarially determined using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions which represent management's best long-term estimates of factors such as future wage increases and employee resignation rates.

(d) Cash Entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not deposit cash and issue cheques from its own bank account. The financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund, a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

(e) Outstanding Assessments

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

(f) Capital Assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset as follows:

| Asset Class | Amortization period |
|-------------------------|--|
| Office equipment | 4 years |
| Furniture and fixtures` | 7 years |
| Informatics hardware | 3 years |
| Informatics software | 5 years |
| Leasehold improvements | lesser of useful life or term of the lease |

3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant item involving the use of estimates and assumptions is the Agency's allowance for Employee Future Benefits. This liability was actuarially determined.

4. Benefits

FCAC recognized benefit costs in the amount of \$148,642 during the year in respect of employee benefits using a contribution rate of approximately 27 per cent. The majority of this amount was in respect of pension benefits for employee participation in the Public Service Superannuation Plan.

5. Capital Assets

| Category | Opening Balance | Additions | Opening Accumulated Amortization | Amortization Expense | Closing Accumulated Amortization | Closing Balance |
|------------------------|--------------------|-------------------|--|-------------------------|--|--------------------|
| Leasehold improvements | — | \$ 361,654 | — | \$ 33,898 | \$ 33,898 | \$ 327,756 |
| Furniture and fixtures | — | 362,907 | — | 21,602 | 21,602 | 341,305 |
| Office equipment | — | 36,845 | — | 1,198 | 1,198 | 35,647 |
| Informatics Hardware | — | 7,650 | — | 1,062 | 1,062 | 6,588 |
| Informatics Software | — | 8,500 | — | 708 | 708 | 7,792 |
| Total | — | \$ 777,556 | — | \$ 58,468 | \$ 58,468 | \$ 719,088 |

6. Loan Payable

FCAC funded its ongoing operations with cash received from the Consolidated Revenue Fund under a six-month borrowing agreement with the Department of Finance. The terms and conditions of the loan agreement are as follows:

| | |
|-------------------|--------------|
| Principal amount: | \$7,000,000 |
| Maturity date: | May 19, 2002 |
| Interest rate: | 2.39% |

Interest is due upon maturity and is recorded in Accounts Payable and Accrued Liabilities.

7. Related party transactions

FCAC is related in terms of common ownership to all Government of Canada departments, and Crown Corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown Corporation to supply key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- The Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with additional government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The details of these transactions are not set out below.

The following table summarizes the impact of the Agency's significant related party transactions for the year on total expenses. These transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

| Expenses | 2002 |
|--|------------|
| PWGSC — Informatics and Communication Services | \$ 700,000 |
| PWGSC — Accommodation | \$ 450,849 |
| CDIC — Call Centre Administration | \$ 134,576 |
| OSFI — Human Resources Services | \$ 182,131 |
| OSFI — Financial Services | \$ 53,287 |

At the end of the year, amounts due to the above related parties are as follows:

| Accounts Payable | 2002 |
|--|------------|
| PWGSC — Informatics and Communication Services | \$ 700,000 |
| PWGSC — Accommodation | — |
| CDIC — Call Centre Administration | \$ 66,307 |
| OSFI — Human Resources Services | — |
| OSFI — Financial Services | — |

8. Commitments

Future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space are outlined below.

| Year ending March 31 | Amount |
|----------------------|------------|
| 2003 | \$ 284,793 |
| 2004 | \$ 284,793 |
| 2005 | \$ 284,793 |
| 2006 | \$ 284,793 |

9. Comparative Figures

Fiscal year 2001-02 represents the Agency's first year of operations. As a result, no comparative figures are presented.

8. Engagements

D'ici à l'expiration du contrat de location des locaux à bureaux de l'Agence, les paiements minimums requis sont les suivants :

| Exercice terminé le 31 mars | | Montant |
|-----------------------------|------------|---------|
| 2003 | 284 793 \$ | |
| 2004 | 284 793 \$ | |
| 2005 | 284 793 \$ | |
| 2006 | 284 793 \$ | |

9. Données comparatives

L'exercice 2001-2002 représente la première année d'activités de l'Agence. Par conséquent, il n'existe aucune donnée comparative.

7. Opérations entre entités apparentées

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères et sociétés d'État du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des conventions de service avec plusieurs ministères et une société d'État pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir leur mandat. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les entités suivantes :

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);
- Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);
- Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).

En outre, l'ACFC effectue des opérations avec d'autres entités du gouvernement dans le cours normal de ses activités et selon les conditions commerciales usuelles qui s'appliquent à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Ces opérations ne sont pas détaillées ci-dessous.

Le tableau qui suit résume l'incidence des opérations importantes entre entités apparentées de l'Agence pour l'année sur les dépenses totales. Ces opérations sont mesurées d'après la valeur d'échange, c'est-à-dire la contrepartie établie et convenue par les entités apparentées.

| Dépenses | | 2002 |
|--|---|------------|
| TPSGC — Services en matière d'informatique et de communication | — | 700 000 \$ |
| TPSGC — Locaux | — | 450 849 \$ |
| SADC — Gestion du centre d'appels | — | 134 576 \$ |
| BSIF — Services en ressources humaines | — | 182 131 \$ |
| BSIF — Services financiers | — | 53 287 \$ |

À la fin de l'année, les montants dus aux entités apparentées susmentionnées sont les suivants :

| Créditeurs | | 2002 |
|--|---|------------|
| TPSGC — Services en matière d'informatique et de communication | — | 700 000 \$ |
| TPSGC — Locaux | — | — |
| SADC — Gestion du centre d'appels | — | 66 307 \$ |
| BSIF — Services en ressources humaines | — | — |
| BSIF — Services financiers | — | — |

3. Incertitude de l'évaluation

La préparation des états financiers exige de la direction qu'elle établisse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants déclarés des actifs, des passifs, des recettes et des dépenses indiqués dans les états financiers. Au moment de la préparation des présents états financiers, la direction considérait que les estimations et les hypothèses étaient raisonnables. Le poste le plus important pour lequel on utilise des estimations et des hypothèses est la provision de l'Agence pour les avantages sociaux futurs. Cet élément de passif a été déterminé par calcul actuariel.

4. Avantages sociaux

LACFC a constaté des avantages sociaux d'un montant de 148 642 \$ durant l'année pour ce qui est des avantages sociaux fondés sur un taux de cotisation d'approvisionnement de 27 p. 100. Ce montant se rapportait dans une large mesure aux prestations de pension au titre de la participation des employés au Régime de pension de retraite de la fonction publique.

5. Immobilisations

| Total | | 777 556 \$ | | 58 468 \$ | | 58 468 \$ | | 719 088 \$ | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|-----------|-------------------|------------|------------|-----------|-----------|--------------------------------|-----------------------------------|--------------------|---|-------------------------|---|---------|--------|--------|-----------|------------|--------------------------|---|--------|-------|-------|-----------|--------------------|---|-------|-------|-------|-----------------------|---|-----|-----|-------|
| Catégorie | Solde d'ouverture | — | 361 654 \$ | — | 33 898 \$ | Charge cumulée d'amortissement | Amortissement cumulé de fermeture | Solde de fermeture | — | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | Améliorations locatives | — | 362 907 | 21 602 | 21 602 | 33 898 \$ | 327 756 \$ | | | | | | | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | Mobiliier et accessoires | — | 36 845 | 1 198 | 1 198 | 33 898 \$ | | | | | | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Matériel de bureau | — | 1 062 | 1 062 | 6 588 | | | | | |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | Matériel informatique | — | 708 | 708 | 7 792 |
| | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| Catégorie d'immobilisations | | Période d'amortissement |
|-----------------------------|--|-------------------------|
| Matériel de bureau | 4 ans | |
| Mobilier et accessoires | 7 ans | |
| Matériel informatique | 3 ans | |
| Logiciels | 5 ans | |
| Améliorations locatives | le moins de la durée de vie utile ou de la durée du bail | |

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon une méthode linéaire et étalé sur la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

f) Immobilisations

Les cotisations à recevoir sont inscrites à titre de montants devant être réalisés ultérieurement et elles représentent une créance de Sa Majesté.

e) Cotisations impayées

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne dépose pas les encaissements dans son propre compte bancaire et ne tire pas de chèques sur celui-ci. Les opérations financières de l'Agence sont effectuées au moyen du Trésor, un service bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne produit pas d'intérêts.

d) Liquidités disponibles

Dans le cadre d'un régime de prestations de fin d'emploi, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines prestations conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des prestations est établi par calcul actuariel et il est accumulé à mesure que les employés acquièrent le droit à des prestations de fin d'emploi. Le coût des prestations de fin d'emploi est établi par calcul actuariel à l'aide de la méthode de répartition des prestations au prorata des services. L'évaluation des passifs est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés.

iii) Prestations de fin d'emploi

2. Résumé des principales conventions comptables

a) Présentation

Les états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada. Nous désirons prévenir les lecteurs que les états financiers incluent des éléments d'actif et de passif ainsi que des dépenses, qui pour le moment ne sont pas couramment comptabilisés au niveau ministériel. L'instauration de la comptabilité d'exercice au niveau ministériel est un phénomène évolutif. Toutefois, étant donné que l'Agence est entièrement tributaire des cotisations des institutions financières pour financer ses opérations, tous les coûts, y compris le coût des avantages sociaux futurs des employés, et les montants en espèces recueillis auprès des institutions financières réglementées, sont comptabilisés et présentés dans les états ministériels de l'Agence.

b) Comptabilisation des recettes

L'ACFC rapproche ses recettes des coûts d'exploitation et les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre des passifs à court terme (produit comptabilisé d'avance) sur l'état de la situation financière. Les cotisations sont facturées chaque année d'après une estimation des coûts d'exploitation de l'exercice en cours et un état des coûts évalués l'année précédente par rapport aux coûts réels engagés. Cette évaluation se déroule avant le 31 décembre de chaque année conformément au paragraphe 18(1) de la *Loi sur l'ACFC*. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des dépenses ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour la défrayer de ses coûts d'exploitation.

c) Avantages sociaux futurs

i) Prestations de retraite

Les employés admissibles de l'ACFC contribuent au Régime de pension de retraite de la fonction publique (le Régime) géré par le gouvernement du Canada. Tant les employés que l'ACFC assument le coût du Régime. Le montant de la contribution de l'Agence est actuellement fondé sur un multiple des cotisations que doivent verser les employés; ce montant peut changer au fil du temps en fonction de l'évolution du Régime. Les cotisations représentent le total des engagements contractuels au titre du régime de pension de l'Agence et elles sont couramment imputées aux opérations. En vertu des dispositions législatives en vigueur, l'ACFC n'est pas tenue de verser des cotisations pour combler le déficit actuariel du Régime.

Notes aux états financiers

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2002 (non vérifiées)

1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* (*Loi sur l'ACFC*) est entrée en vigueur, constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC ou l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale. Elle a aussi la responsabilité de diversifier les activités d'éducation des consommateurs. L'Agence est un organisme du gouvernement du Canada et figure à l'annexe I.1 de la *Loi sur la gestion des finances publiques*. Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* et comprend les éléments suivants :

- a) superviser les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- b) inciter les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- c) surveiller la mise en œuvre des codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients et surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients;
- d) sensibiliser les consommateurs concernant les obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;

- e) favoriser, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.

Le paragraphe 18(3) de la *Loi sur l'ACFC* prévoit que l'industrie finance le coût des opérations de l'Agence au moyen de cotisations. Les opérations de l'ACFC sont entièrement financées de cette façon. L'Agence ne reçoit aucun crédit parlementaire annuel et le gouvernement du Canada n'a fait aucun investissement initial dans l'Agence à ses débuts.

Les recettes que l'ACFC tire des cotisations sont imputées conformément au *Règlement sur les cotisations des institutions financières* (*Agence de la consommation en matière financière du Canada*), qui énonce la méthode qui sert à déterminer la cotisation de chaque institution. L'Agence gère ses besoins en matière de fonds de roulement en empruntant des fonds conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la *Loi sur l'ACFC*.

État des flux de trésorerie

Pour l'exercice terminé le 31 mars (non vérifié)

2002

| ACTIVITÉS D'EXPLOITATION | |
|---|--------------|
| Résultats d'exploitation nets | — \$ |
| Postes hors caisse compris dans les résultats d'exploitation nets | |
| Amortissement des immobilisations | 58 468 |
| Indemnités de départ constatées | 107 243 |
| Changements au fonds de roulement | |
| Hausse — cotisations impayées | (6 829 109) |
| Hausse — autres éléments d'actif | (31 376) |
| Hausse — créiteurs et charges à payer | 1 289 067 |
| Hausse — produit comptabilisé d'avance | 3 690 589 |
| Rentrées de fonds provenant des activités d'exploitation | (1 715 118) |
| ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT | |
| Acquisition d'immobilisations | (777 556) |
| Rentrées de fonds provenant des activités d'investissement | (777 556) |
| ACTIVITÉS DE FINANCEMENT | |
| Nouveaux emprunts pendant l'année | 7 000 000 |
| Rentrées de fonds provenant des activités de financement | 7 000 000 |
| LIQUIDITÉS DISPONIBLES | |
| Augmentation pendant l'année | 4 507 326 |
| Solde au début de l'exercice | |
| Solde en fin d'exercice | 4 507 326 \$ |

Les notes afférentes font partie intégrante des états financiers.

État des résultats et de l'avoir du Canada

Pour l'exercice terminé le 31 mars (non vérifié)

2002

| RECETTES | |
|--|------------------|
| Cotisations | 3 297 772 \$ |
| Recettes totales | 3 297 772 |
| DÉPENSES | |
| Salaires et avantages sociaux (note 4) | 988 914 |
| Provision pour avantages sociaux futurs | 107 243 |
| Gestion et technologie de l'information (note 7) | 834 796 |
| Services professionnels (note 7) | 621 394 |
| Locaux (notes 7 et 8) | 522 135 |
| Administration | 223 290 |
| Dépenses totales | 3 297 772 |
| Résultats d'exploitation nets | \$ — |
| AVOIR DU CANADA | |
| Avoir du Canada au début de l'exercice | |
| Avoir du Canada en fin d'exercice | \$ — |

Les notes afférentes font partie intégrante des états financiers.

État de la situation financière

Au 31 mars (non vérifié)

2002

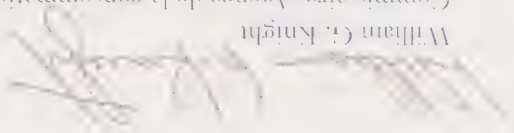
ACTIFS

| | |
|--------------------------|----------------------|
| Actifs à court terme | |
| Liquidités disponibles | 4 507 326 \$ |
| Cotisations impayées | 6 829 109 |
| Autres éléments d'actif | 31 376 |
| Immobilisations (note 5) | 719 088 |
| Total des actifs | 12 086 899 \$ |

PASSIFS

| | |
|--|----------------------|
| Passifs à court terme | |
| Créditeurs et charges à payer (notes 6 et 7) | 1 289 067 \$ |
| Produit comptabilisé d'avance | 3 690 589 |
| Prêt exigible (note 6) | 7 000 000 |
| Avantages sociaux futurs | 107 243 |
| Total des passifs | 12 086 899 \$ |
| Avoir du Canada | |
| TOTAL DES PASSIFS ET DE L'AVOIR DU CANADA | 12 086 899 \$ |
| Engagements (note 8) | |

Approuvé par :



William G. Knight
Commissaire, Agence de la consommation en matière financière du Canada

Les notes afférentes font partie intégrante des états financiers.

Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints et de la compatibilité avec toutes les autres données contenues dans le présent rapport annuel. Ces états financiers, qui contiennent des montants fondés sur les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expertise et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente en vue d'atteindre les objectifs de l'organisation, et que les opérations sont menées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC.

Le commissaire de
l'Agence de la consommation en
matière financière du Canada,

William G. Knight

Jim Callon

Ottawa (Canada)
Le 22 juillet 2002

Information financière

Points saillants

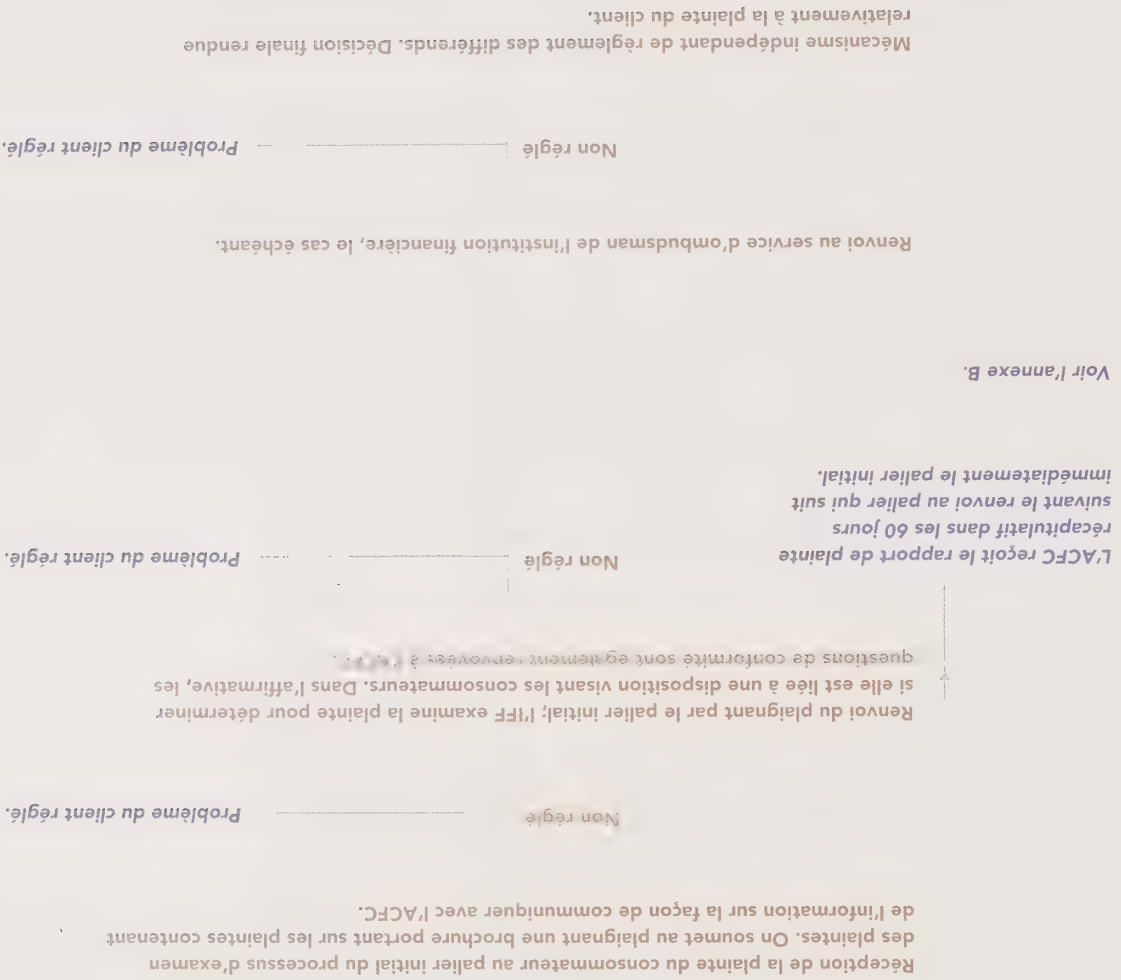
Étant donné que l'Agence de la consommation en matière financière du Canada est un nouvel organisme créé le 24 octobre 2001, les états financiers qui suivent couvrent environ six mois d'opérations pour l'exercice 2001-2002.

L'ACFC est entièrement financée par les cotisations versées par les institutions financières fédérales. Vu que la plupart des dispositions visant les consommateurs dont l'Agence assure la surveillance concernent les banques, ces dernières absorbent plus de 90 p. 100 des coûts de l'ACFC. Par ailleurs, 90 p. 100 de la charge de travail de l'Agence résulte des plaintes présentées par les clients des banques.

Lorsque l'ACFC a été créée, des mesures ont été prises pour réduire les coûts au minimum. Vu sa petite taille, il a donc été jugé utile de conclure des marchés de services avec d'autres organismes plutôt que d'effectuer certaines tâches au sein de l'Agence. Ainsi, des partenariats ont été formés pour l'obtention des services suivants :

- les services touchant la gestion des ressources humaines et financières sont effectués par le Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF);
- les services en matière d'information et de communication sont effectués par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada;
- la gestion du centre d'appels (Centre de communications avec les consommateurs) est effectuée par la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC). Ces partenaires possèdent une expérience reconnue pour la prestation de services de qualité. En travaillant avec le BSIF et la SADC, l'ACFC peut aussi profiter de leurs connaissances et de leur expérience relatives au secteur financier — qu'il s'agisse d'avoir accès à du personnel expérimenté pour le centre d'appels ou d'utiliser des bases de données établies pour calculer les cotisations.
- Au fil du temps, nous continuerons à utiliser nos ressources financières à bon escient afin d'accomplir notre mandat de protéger et d'éduquer les consommateurs canadiens de services financiers.

Annexe E : Processus de traitement des plaintes — institutions financières sous réglementation fédérale (IFF) : exemple générique



Annexe D : Etat des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs au 31 mars 2002

| Titre des règlements | Etat | N de référence |
|--|------------|-------------------|
| Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques (banques) | En vigueur | SOR/DORS/2002-39 |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail) | À venir | |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (banques) | En vigueur | SOR/DORS/1992-321 |
| modifié par | | |
| SOR/DORS/2001-469 | | |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées) | En vigueur | SOR/DORS/1999-272 |
| modifié par | | |
| SOR/DORS/2001-468 | | |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | SOR/DORS/1992-322 |
| modifié par | | |
| SOR/DORS/2001-470 | | |
| Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indicatifs | En vigueur | SOR/DORS/2002-102 |
| au 31 mars 2002 | | |
| À venir | | |
| Règlement sur la communication des frais (banques) | En vigueur | SOR/DORS/92-324 |
| Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées) | En vigueur | SOR/DORS/99-278 |
| À venir | | |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail) | À venir | |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques) | En vigueur | SOR/DORS/2001-472 |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées) | En vigueur | SOR/DORS/2001-471 |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | SOR/DORS/2001-473 |
| Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | SOR/DORS/2002-133 |
| À venir | | |
| Règlement sur le coût d'emprunt (associations de détail) | En vigueur | SOR/DORS/2001-101 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (banques) | En vigueur | SOR/DORS/2001-101 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (banques étrangères autorisées) | En vigueur | SOR/DORS/1999-277 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes) | En vigueur | SOR/DORS/2001-102 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères) | En vigueur | SOR/DORS/2001-103 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | SOR/DORS/2001-104 |
| Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada) | En vigueur | SOR/DORS/2001-474 |
| Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit) | En vigueur | SOR/DORS/2002-105 |
| Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques) | En vigueur | SOR/DORS/2002-104 |
| Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | SOR/DORS/2002-106 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail) | En vigueur | SOR/DORS/2001-374 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques) | En vigueur | SOR/DORS/2001-371 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées) | En vigueur | SOR/DORS/2001-370 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes) | En vigueur | SOR/DORS/2001-373 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères) | En vigueur | SOR/DORS/2001-372 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | SOR/DORS/2001-375 |
| Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada) | En vigueur | SOR/DORS/2002-101 |

Annexe C : Dispositions et règlements visant les consommateurs

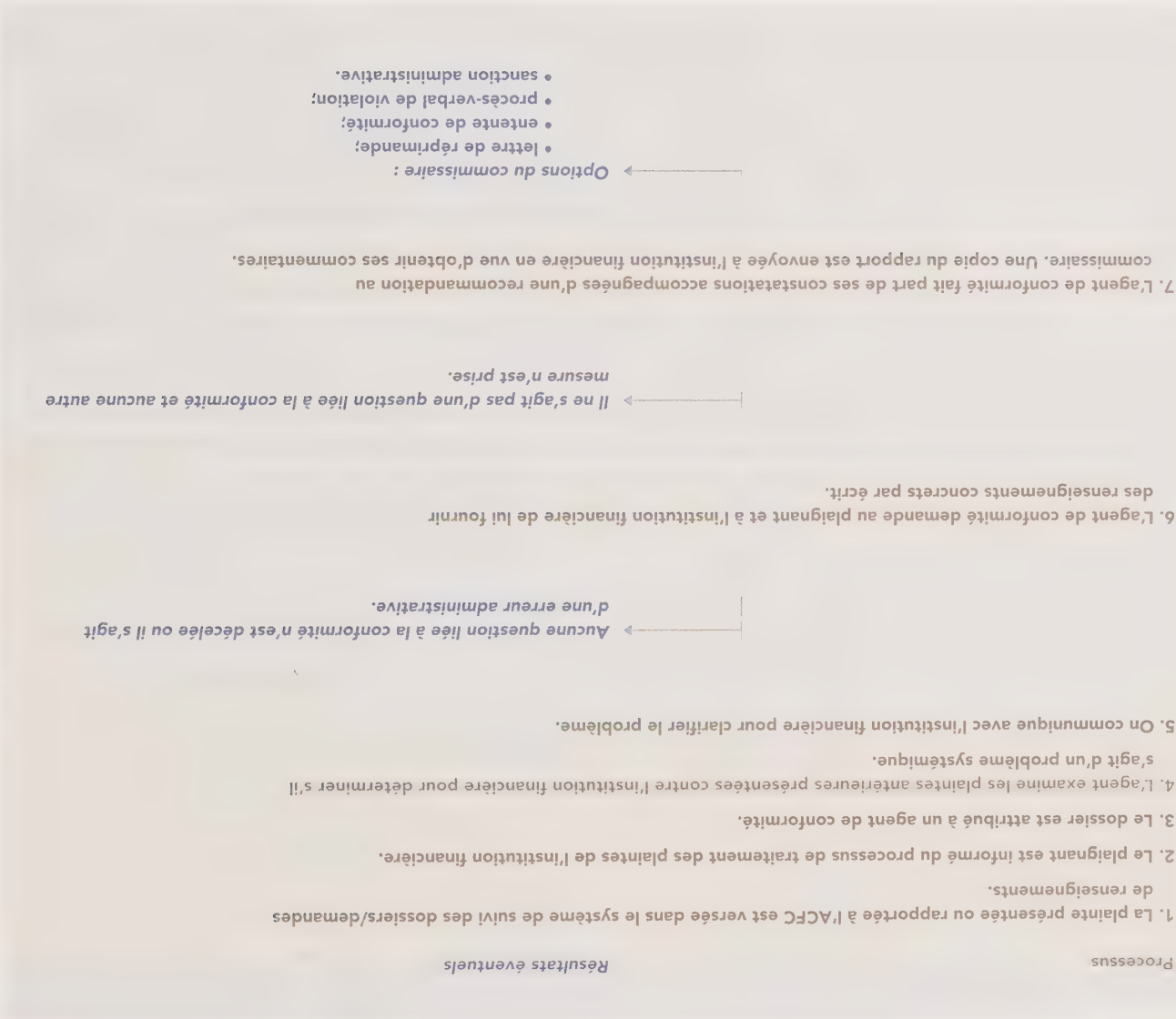
Le tableau qui suit résume les dispositions législatives visant les consommateurs que l'Agence met à exécution ainsi que les types d'institutions financières fédérales assujetties à chaque disposition.

- Loi sur les banques;
- Loi sur les sociétés d'assurances;
- Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;
- Loi sur les associations coopératives

de crédit.

| Dispositions visant les consommateurs | | | |
|---------------------------------------|-----------------------|------------------------|---|
| Sociétés de fiducie et de prêt | Sociétés d'assurances | Associations de détail | Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt |
| | | | Obligation de divulguer le coût d'emprunt |
| | | | Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients |
| | | | Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail (pas encore en vigueur) |
| | | | Obligation d'offrir un compte standard à frais peu élevés (pas encore en vigueur)* |
| | | | Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone 14 jours suivant l'ouverture du compte |
| | | | Interdiction d'imposer des frais pour l'encaissement de chèques du gouvernement |
| | | | Obligation des institutions d'encaisser des chèques du gouvernement inférieurs à 1 500 \$, comme le prescrit le règlement (pas encore en vigueur) |
| | | | Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail |
| | | | Obligation des grandes institutions (capitaux propres de 1 milliard de dollars ou plus) de déposer des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité |
| Banques | | | Obligation des institutions de se doter d'une procédure de traitement des plaintes et d'en déposer copie à l'ACFC |
| | | | Obligation des institutions d'adhérer à un organisme de règlement des plaintes |
| | | | Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition |
| | | | Obligation des institutions de divulguer de l'information aux consommateurs, comme le prescrit le règlement |
| | | | Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation |
| | | | Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant le degré de conformité de l'institution |
| | | | *Le gouvernement du Canada et les principales banques ont conclu un protocole d'entente pour offrir des comptes à frais peu élevés. |
| | | | Autres dispositions |
| | | | Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics de l'industrie (par exemple, les codes concernant les cartes de débit et les petites et moyennes entreprises) |
| | | | Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement de ses activités chaque année pour faire connaître le nombre de plaintes portées à son attention et leur nature |
| | | | Obligation des institutions de fournir de l'information au commissaire |
| | | | Examen de conformité et établissement de rapports |
| | | | Ententes de conformité |
| | | | Cotisations servant à financer l'ACFC |
| | | | Désignation des contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives |

Annexe B : Processus de gestion des cas de l'ACFC



Annexe A : Glossaire

Aucune infraction — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que la plainte n'était pas liée à une infraction au règlement.

Dossier fermé — Nombre de cas de conformité qui ont fait l'objet d'une enquête par l'ACFC et dont le dossier était fermé au 31 mars 2002.

En suspens — Nombre de cas de conformité qui faisaient toujours l'objet d'une enquête par l'ACFC au 31 mars 2002.

Infraction — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que la plainte était bien liée à une infraction à une disposition visant les consommateurs.

Non-respect — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que la plainte est fondée et que les mesures prises par l'institution ne respectaient pas les conditions du code de conduite volontaire ou un engagement public.

Plainte reçue — Nombre de plaintes reçues et versées dans le système de suivi de l'ACFC entre le 24 octobre 2001 et le 31 mars 2002.

Plainte réglée — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, la plainte est réglée par l'institution financière de façon satisfaisante tant pour l'ACFC que pour le consommateur.

Plainte retirée — Le consommateur a demandé que l'ACFC ne poursuive pas son enquête au sujet de la plainte qu'il avait déposée *ou* le consommateur n'a pas répondu lorsque l'ACFC a tenté de communiquer avec lui dans le but de poursuivre l'enquête.

Respect — À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, les mesures prises par l'institution financière relativement à la plainte ont été jugées compatibles avec le code de conduite volontaire ou l'engagement public de l'institution financière/de l'industrie.

Déclaration d'engagement des employés de l'ACFC

Nicole Barbe, coordonnatrice de la conformité

Stephen Barry, avocat conseil

Jim Callon, commissaire adjoint

Jocelyne Charette, agente de services administratifs

Chantal Charreiron, adjointe administrative, Education des consommateurs et Affaires publiques

Madeleine Cormier, agente de gestion de l'information

Joanne Delorme, adjointe executive au commissaire

David Desormeaux, webmestre/agent de publications

Dawn Findlay, adjointe administrative, Conformité et Relations avec l'industrie

Frank Fowle, conseiller principal

Bernard Gagné, agent, Conformité

Kirti Gauthier, agente, Conformité

Jean-Pierre Giroux, chef, Services administratifs

William (Bill) Knight, commissaire

Michelle Labrèche, adjointe administrative au commissaire adjoint

Amanda Lafontaine, classificateur

Lyse Laramée, agente principale, Demandes de renseignements

Bruno Lévesque, agent, Education des consommateurs

Christina McDonald, agente, Demandes de renseignements

Brigitte Mineault, agente, Affaires publiques

Susan Murray, directrice, Education des consommateurs/et Affaires publiques

Martin Pacheco, chef d'équipe, Education des consommateurs

Kim Peterson, agente, Affaires publiques

Danielle Poulin, directrice, Conformité et Relations avec l'industrie

Andy Rapoch, agent, Affaires publiques

Isabelle Rodrigue, agente, Education des consommateurs

Jane Rooney, agente, Education des consommateurs

Jean-Guy St-Amour, agent, Conformité

Beverley Smith, chef d'équipe, Affaires publiques

Dépôt de dossiers concernant la fermeture de succursales


Pendant la période du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002, l'ACFC a reçu 13 dossiers d'institutions financières prévoyant des fermetures de succursales. L'Agence est chargée de s'assurer que ces dossiers satisfont aux exigences réglementaires.

Mot de la fin

Dans le cadre de toutes les initiatives que nous entreprenons — à titre de commissaire et d'employés de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada — les besoins des consommateurs de services financiers sont notre première priorité. Nous avons fait tout notre possible pour que les consommateurs de services financiers soient parfaitement au courant de leurs droits et responsabilités en vertu de la loi et que les institutions financières fédérales du Canada se conforment pleinement aux dispositions visant les consommateurs. Nous nous sommes engagés à veiller à ce que tous les Canadiens — quels que soient leur lieu de résidence, leur situation financière, leur niveau de

scolarité, leur âge, leur sexe ou leurs antécédents culturels — puissent avoir accès au secteur financier sous réglementation fédérale. Nous nous sommes en outre efforcés de fournir aux consommateurs des renseignements utiles et complets, en temps opportun, afin qu'ils puissent poser les bonnes questions et faire des choix éclairés parmi le large éventail de produits et de services financiers qui s'offrent à eux.

Notre document en direct le plus consulté est le Guide du consommateur de services bancaires de base; il a été téléchargé plus de 7 000 fois. Parmi nos brochures, la plus populaire est Comptes à frais peu élevés.



Nous travaillerons avec les institutions financières pour combler les lacunes en matière de conformité en temps opportun.



**Les institutions financières
seront tenues de veiller à
ce que leur personnel
comprenne la loi et s'y
conforme.**

**Notre site Web est l'aspect
le plus visible que nous
présentons au public. Nous
recevons près de 60 000
« visites » d'environ 8 000
personnes ou organisations
en moyenne par mois.**

Comme le montre le graphique 7, l'ACFC a reçu un total de 4 769 plaintes et demandes de renseignements de la part de consommateurs entre le 24 octobre 2001 et le 31 mars 2002. Celles-ci se rapportaient essentiellement aux cartes de crédit, aux prêts et aux hypothèques en cours, aux comptes bancaires et à la qualité du service fourni par l'institution financière du consommateur.

Le graphique 2 (page 19) indique *comment* les consommateurs ont communiqué avec l'ACFC.

Cartes de crédit — Les consommateurs ont exprimé leurs préoccupations au sujet des changements apportés aux frais applicables à leurs cartes de crédit et au sujet des formulaires de demande de cartes de crédit non sollicités reçus par la poste.

Comptes de dépôt — Les

consommateurs se sont plaints de la « longueur » des périodes de retenue des fonds sur les chèques déposés dans leurs

fréquemment communiqué avec l'Agence
pour se renseigner sur l'authenticité de
diverses institutions financières.

consommateurs ont présenté des demandes de renseignements concernant les pénalités imposées par leur institution financière pour la résiliation anticipée d'une hypothèque.

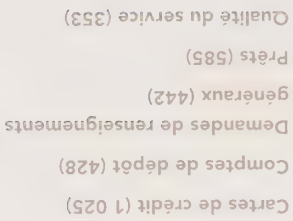
consommateurs non-clients d'une institution financière donnée étaient contraints lorsque celle-ci refusait de les servir.

total de plaintes et de demandes de renseignements reçues.

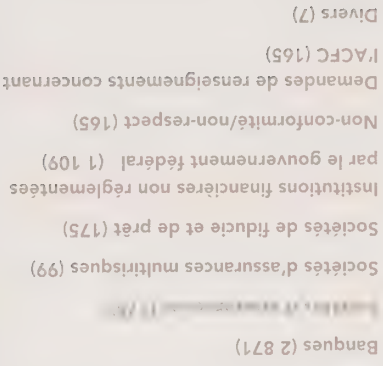
(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)

| Nombre total de plaintes et de demandes de renseignements | Nombre total de plaintes et de demandes de renseignements | Nombre total de plaintes et de demandes de renseignements |
|---|---|---|
| 1 306 | 1 306 | 1 306 |
| 96 | 96 | 96 |
| 67 | 67 | 67 |
| 95 | 95 | 95 |
| 393 | 393 | 393 |
| 2 | 2 | 2 |
| 2 223 | 2 223 | 2 223 |
| 134 | 134 | 134 |
| 4 769 | 4 769 | 4 769 |

(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)



(du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)



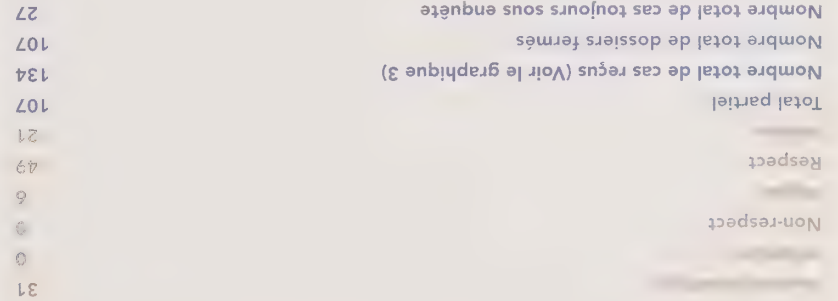
Sur les 134 plaintes reçues par l'ACFC depuis le 24 octobre 2001, 54 se rapportaient au refus d'ouvrir un compte en raison des antécédents du consommateur en matière de crédit. Le refus d'ouvrir un compte est un important sujet de préoccupation et c'est ce qui motive 40 p. 100 du nombre total de plaintes liées à des questions de conformité reçues par l'ACFC. De mauvais antécédents en matière de crédit constituent le motif de la majorité des refus.

Comme le montre le graphique 4, l'ACFC a reçu 134 plaintes pour violation présumée à la loi ou non-respect présumé d'un code de conduite ou d'un engagement public visant à protéger les intérêts des consommateurs. De ce nombre, 27 faisaient toujours l'objet d'une enquête au 31 mars 2002. Six avaient été réglées, 21 avaient été retirées et pour les autres, on en était arrivé à la conclusion qu'il n'y avait pas eu infraction au règlement ou non-respect des codes de conduite volontaires ou des engagements publics.

Le graphique 5 représente le nombre total de plaintes reçues par l'ACFC, selon le type d'institution financière. Puisque la plupart des dispositions visant les consommateurs s'appliquent aux institutions de dépôt, il est compréhensible que la grande majorité des plaintes — 97 p. 100 des plaintes reçues — mettaient le secteur bancaire en cause.

Le graphique 6 indique le nombre total de plaintes pour non-conformité ou non-respect présumé dont le dossier a été fermé, par type de disposition, entre le 24 octobre 2001 et le 31 mars 2002.

Graphique 4



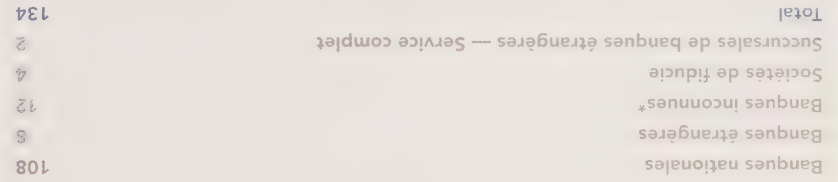
Nombre total de cas reçus (Voir le graphique 3)

Nombre total de dossiers fermés

Nombre total de cas toujours sous enquête

(Pour une définition des termes, consulter le glossaire à la page 33)

Graphique 5



Nombre de plaintes reçues se rapportant à des cas de non-conformité/non-respect présumé, par type d'institution (du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)

Graphique 6



Nombre de dossiers fermés de cas de non-conformité/non-respect présumé, par type de disposition (du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)

(Voir aussi le graphique 4)

* Lorsque le consommateur a communiqué avec l'ACFC, il n'a pas précisé le type de banque concerné.

conciliation du secteur financier (CRCSF). Cet organisme fournira des services d'ombudsman aux consommateurs canadiens souhaitant faire appel à un mécanisme de recours en raison de plaintes déposées contre des banques, des sociétés d'assurance-vie, des sociétés d'actifs, des courtiers en valeurs mobilières et des courtiers de fonds mutuels. La possibilité de travailler en partenariat avec le CRCSF nous permettra de mieux accomplir notre mandat de protection des consommateurs canadiens de services financiers.

Aperçu des plaintes que nous avons reçues

Infractions présumées à la loi ou non-respect présumé des codes de conduite

Vu que l'ACFC a été créée en octobre, les graphiques présentés dans le présent rapport annuel contiennent des données qui se rapportent uniquement aux opérations menées au cours des premiers mois qui ont suivi l'ouverture de l'Agence. Nous avons l'intention d'actualiser l'information régulièrement et de la mettre à la disposition des consommateurs canadiens pour les tenir pleinement au courant de nos activités et de nos constatations.

Le graphique 3 indique le nombre total de plaintes se rapportant à des cas de « non-conformité présumée » aux dispositions visant les consommateurs ou de « non-respect présumé » des codes de conduite volontaires et des engagements publics des institutions financières fédérales reçues par l'ACFC entre le 24 octobre 2001 et le 31 mars 2002.

Nombre de plaintes reçues se rapportant à des cas de non-conformité/non-respect présumé, par sujet de conformité (du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002)

| Plaintes | |
|----------|--|
| 2 | Carte de crédit : changement apporté au CE* |
| 3 | Carte de crédit : non-divuligation du CE*, des intérêts ou des frais |
| 7 | Chèques du gouvernement fédéral : frais d'encaissement |
| 2 | Code concernant les cartes de débit |
| 2 | Code — Petites entreprises |
| 3 | Comptes : communication de l'information, frais ou services |
| 7 | Comptes : comptes à frais peu élevés |
| 2 | Comptes : entente et procédure de traitement des plaintes |
| 1 | Comptes : frais de tenue de compte |
| 1 | Comptes : préavis d'augmentation des frais |
| 54 | Comptes : refus d'ouvrir (antécédents en matière de crédit/faillite) |
| 12 | Comptes : refus d'ouvrir (généralités) |
| 5 | Comptes : refus d'ouvrir (pièce d'identité) |
| 1 | Comptes : solde minimal requis |
| 4 | Coût d'emprunt — Généralités |
| 1 | Engagement public |
| 2 | Information non divulguée sur la façon de communiquer avec l'ACFC |
| 1 | Mise en place d'une procédure de traitement des plaintes |
| 4 | Prêts : avis de modification du CE* |
| 4 | Prêts : information concernant le refinancement, renouvellement |
| 1 | Prêts : non-divuligation du CE* au moment de l'octroi |
| 2 | Prêts : non-divuligation du CE* (publicité) |
| 4 | Retenues sur les chèques : dépôts |
| 8 | Ventes liées avec coercition |
| 134 | Total |

*CE désigne le « coût d'emprunt » et renvoie aux obligations d'information imposées par les règlements fédéraux.

une sanction pécuniaire. Nous pouvons également rendre publique la nature de la violation, y compris le nom de l'institution qui l'a commise ainsi que le montant de la pénalité imposée.

Traitement des plaintes par les institutions financières

Depuis le 24 octobre 2001, l'ACFC travaille avec les institutions financières fédérales pour veiller à ce qu'elles mettent en place les procédures de règlement des plaintes requises. L'annexe E présente un exemple générique du processus de traitement des plaintes d'une institution financière. Au 31 mars 2002, la majorité des institutions satisfaisaient à cette exigence. Nous poursuivons nos démarches auprès de celles qui n'ont pas encore déposé copie de leur procédure à l'ACFC, car celle-ci constitue un aspect important de la marche à suivre pour traiter les plaintes que les consommateurs pourraient déposer au sujet d'une institution donnée.

Plaintes concernant le service général

Bien que l'ACFC ne soit pas habilitée à régler les plaintes concernant le « service général », nous essayons d'aider les consommateurs lorsque nous le pouvons. Par exemple, l'Agence sensibilise les consommateurs aux mécanismes de règlement des plaintes déjà mis en place au sein des institutions financières. L'ACFC n'accorde aucune réparation ni compensation monétaire aux consommateurs qui pensent avoir été traités injustement par leur institution financière. L'Agence ne s'occupe pas des plaintes concernant :

- l'établissement du prix des produits (par exemple, les primes d'assurance, les frais de service, les frais applicables aux cartes de crédit);
- la qualité du service reçu;

- les politiques concernant l'octroi de prêts et le crédit;
- les erreurs de facturation, les questions touchant la publicité ou les contrats.

Si les consommateurs de services financiers veulent déposer une plainte concernant le service général, la première étape consiste à essayer de régler le problème en s'adressant directement à leur institution financière. Pour ce faire, ils peuvent être appelés à traiter avec le personnel d'une succursale ou avec un représentant local. Les institutions financières doivent aider les consommateurs qui veulent formuler une plainte. En vertu de la loi, toutes les institutions financières fédérales sont tenues de se doter d'un processus de traitement des plaintes et d'y affecter du personnel. Le secteur financier est l'une des rares industries au Canada devant satisfaire à cette exigence en matière de service à la clientèle. Cela constitue un élément de la solution visant à remédier au déséquilibre qui existe entre les institutions financières et les consommateurs sur le plan du pouvoir de négociation.

La plupart des institutions financières fédérales adhèrent à un service d'ombudsman ou à un organisme indépendant de règlement des différends, dont le rôle est de faciliter le règlement des différends de façon juste et impartiale. Lorsque les consommateurs demandent réparation et que leur plainte n'est pas réglée de manière satisfaisante à l'aide du processus de traitement des plaintes de l'institution financière, ils peuvent soumettre la plainte à l'examen d'un tiers. Ce service ne revêt aucun caractère exécutoire, et il est offert à tout particulier ou à toute petite entreprise souhaitant déposer une plainte contre une institution financière fédérale.

L'ACFC attend avec impatience la création d'ici un an du Centre du Réseau de

Plaintes et demandes de renseignements

Traitement des plaintes par l'ACFC

Rôle de l'ACFC

L'Agence est habilitée à traiter seulement les plaintes liées aux infractions concernant les dispositions des lois et des règlements fédéraux visant les consommateurs.

Elle n'est pas autorisée à régler les

plaintes concernant le « service général »,

comme la qualité du service, les politiques

de l'institution ou les heures d'ouverture.

Cependant, elle informe les consommateurs

des mécanismes de traitement des plaintes

que les institutions financières fédérales ont

mis en place.

Le commissaire peut recevoir les

renseignements personnels qu'il juge

nécessaires pour veiller à ce que les

institutions financières fédérales se

conforment aux dispositions visant les

consommateurs. La confidentialité de cette

information est assurée par l'ACFC.

L'Agence est assujettie à la *Loi sur la*

protection des renseignements personnels et à

la *Loi sur l'accès à l'information* ainsi qu'aux

règlements qui s'y rattachent.

Plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs

L'ACFC enquête sur les plaintes qui

mettent en cause les banques et les sociétés

d'assurances, de fiduciaire et de prêt,

constituées ou enregistrées en vertu d'une

loi fédérale. L'ACFC n'est investie d'aucune

autorité en ce qui touche les coopératives de

crédit, les sociétés de financement, les

courtiers en fonds mutuels, les courtiers en

valeurs mobilières et d'autres institutions

financières sous réglementation provinciale.

Les institutions financières fédérales

doivent respecter les dispositions des lois

fédérales visant les consommateurs. Si un

consommateur pense qu'une institution

financière n'a pas respecté ses obligations

juridiques, nous voulons en être informés.

Lorsque les consommateurs qui

rapportent une infraction aux dispositions

visant les consommateurs demandent

réparation, nous les informons du processus

mis en place au sein des institutions

financières aux fins de réparation.

Aux termes de notre cadre de

conformité, les institutions financières

fédérales sont également tenues de signaler

à l'ACFC les plaintes présentées par leurs

clients, si ces plaintes semblent indiquer

qu'il y a eu infraction à la loi.

Les consommateurs peuvent déposer

gratuitement auprès de l'ACFC toute plainte

se rapportant à une infraction relative à une

disposition visant les consommateurs. Les

consommateurs peuvent composer sans frais

le 1 866 461-2232 ou communiquer avec

l'Agence par courriel, à l'adresse

info@fcac-acfc.gc.ca. L'annexe B présente

un schéma de notre processus de gestion

des cas.

Lorsqu'un consommateur nous appelle

pour déposer une plainte, nous lui posons

des questions détaillées afin de déterminer

la mesure dans laquelle la plainte relève de

notre compétence et se rapporte à une

infraction éventuelle à la loi. Si nous devons

faire des recherches, nous rappelons le

consommateur dans les 48 heures. Lorsque

nous avons cerné la situation exposée par le

consommateur et déterminé s'il s'agit ou non

d'une plainte relevant de notre compétence,

nous informons le consommateur des choix

qui s'offrent à lui. Si la plainte est liée à une

éventuelle infraction à la loi, un agent de

conformité de l'ACFC communique avec

l'institution financière du consommateur

pour discuter de la plainte. S'il est

recommandé de poursuivre la démarche, un

agent peut demander au consommateur et à

l'institution financière de fournir par écrit

des renseignements concrets.

Si l'institution a bel et bien commis une

infraction, nous pouvons lui adresser une

lettre d'avertissement ou dresser un

« procès-verbal de violation » et imposer

Les consommateurs peuvent déposer gratuitement auprès de l'ACFC toute plainte se rapportant à une infraction relative à une disposition visant les consommateurs.



Lorsque nous avons cerné la situation exposée par le consommateur = déterminé s'il s'agit ou non d'une plainte relevant de notre compétence, nous informons le consommateur des choix qui s'offrent à lui.



L'ACFC enquête sur les plaintes
qui mettent en cause les
banques ainsi que les sociétés de
d'assurances et les sociétés de
fiducie et de prêt constituées
ou enregistrées en vertu d'une
loi fédérale, pour déterminer
s'il y a eu infraction aux
dispositions visant les
consommateurs.

Lorsque les consommateurs
demandent réparation, nous les
informons du processus mis en
place au sein des institutions
financières pour résoudre les
plaintes concernant le « service
général », comme la qualité du
service, les politiques de
l'institution et les heures
d'ouverture.

du gouvernement fédéral, la fermeture de succursales; les ventes liées avec coercition; la divulgation des politiques sur la retenue des fonds sur les chèques; la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC; l'élaboration de procédures pour le traitement des plaintes; la préparation de déclarations annuelles sur les responsabilités envers la collectivité; et la divulgation du coût d'emprunt.

Les responsabilités de la Direction comprennent les suivantes :

- faire enquête sur les plaintes des consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois susmentionnées et y donner suite;
- gérer l'application du cadre de conformité et en vérifier l'efficacité (le cadre est abordé plus en détail dans une partie ultérieure du présent rapport);
- examiner la situation des institutions financières fédérales pour s'assurer qu'elles se conforment au cadre de conformité;
- surveiller le respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics visant à protéger les intérêts des consommateurs;
- surveiller les systèmes de suivi de l'ACFC en vue de déceler des tendances. Les codes volontaires pris par les institutions financières pour guider leur conduite. Ils couvrent des questions comme les cartes de débit et les relations en matière de crédit avec les petites entreprises. Même s'il s'agit de codes « volontaires », ce qui veut dire que l'ACFC ne peut pas obliger les institutions financières à les appliquer, l'Agence s'attend à ce qu'elles s'y conforment. À cette fin, elle surveille le respect des codes, enquête sur les plaintes et rend publics les résultats de sa surveillance.

Parmi les instruments dont dispose la Direction pour assurer la conformité, mentionnons les évaluations « mystères », les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel de la situation des institutions financières fédérales et les études effectuées par des tiers.

L'ACFC n'utilise pas une approche traditionnelle en matière de réglementation. Elle s'est dotée d'un cadre de conformité après avoir tenu de vastes consultations avec les intervenants. Le processus consultatif nous a permis de partager nos idées en toute franchise et de solliciter l'apport et les commentaires des intervenants. Nous avons intégré bon nombre de leurs suggestions à notre cadre et avons mis celui-ci à leur disposition.

Les méthodes que nous utilisons pour assurer la conformité vont de la persuasion à l'imposition d'amendes et, s'il le faut, la publication de la nature des cas d'infraction aux dispositions visant les consommateurs. L'approche que nous adoptons dans un cas donné dépend de plusieurs facteurs, notamment la gravité et la fréquence du problème, la mesure dans laquelle l'infraction est un cas isolé, est d'ordre systémique ou est commise délibérément, et le degré de collaboration que nous obtenons dans le cadre des enquêtes que nous menons.

L'annexe B présente le processus de gestion des cas que suit l'Agence pour les infractions présumées aux dispositions visant les consommateurs. L'annexe C contient un tableau des règlements et des dispositions visant les consommateurs dont l'application est suivie de près par l'Agence pour assurer la conformité. L'annexe D indique l'état actuel des dispositions et des règlements visant les consommateurs que l'ACFC surveille.

(Voir aussi le graphique 7)

Appels téléphoniques (4 341)

Lettres (228)

Courriels (194)

Visites en personne (6)

Nombre total de prises de contact : 4 769



Au 31 mars 2002, 4 769 appels téléphoniques, lettres, courriels et visiteurs avaient été reçus. Environ un quart des questions abordées, soit 1 560 en tout, concernaient les cartes de crédit.

Notre site Web

<http://www.acfc-ftac.gc.ca>

Notre site Web est l'aspect visible que nous présentons au public. Nous recevons près de 60 000 « visites » d'environ 8 000 personnes ou organisations en moyenne par mois.

La section « Salle des médias » du site est la plus fréquemment visitée, suivie de la section « Pour les consommateurs ». Au

31 mars 2002, les visiteurs avaient consulté près de 8 000 fois nos publications en direct. Les consommateurs peuvent également

télécharger directement les publications, ce qui permet d'épargner des frais d'impression et de distribution. Notre document en direct le plus consulté est le *Guide du consommateur de services bancaires de base*, il a

été téléchargé plus de 7 000 fois. Parmi nos brochures, la plus populaire est *Comptes à frais peu élevés*.

Direction des services juridiques

Le ministre fédéral de la Justice fournit des services juridiques à l'ACFC. Un avocat-conseil du ministère de la Justice fait partie de la structure de gestion de l'Agence et relève directement du commissaire. Il donne des conseils sur tous les aspects du mandat et des opérations de l'ACFC.

Direction des services administratifs

La Direction des services administratifs offre à l'Agence des services dans les domaines suivants : ressources humaines, finances, accès à l'information et protection des renseignements personnels, gestion du matériel, gestion des installations, gestion des documents, informatique, sécurité, santé et sécurité au travail, courrier et messagerie.

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada prescrit les

dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- Loi sur les banques;
- Loi sur les sociétés d'assurances;
- Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;
- Loi sur les sociétés coopératives de crédit.

Les consommateurs peuvent consulter ces dispositions en direct dans la section « Renseignements sur la conformité » du site Web de l'ACFC.

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC surveille l'application des dispositions visant les consommateurs et fait en sorte que les institutions financières assujetties s'y conforment. Ces dispositions s'accompagnent d'exigences relativement à des activités comme celles-ci : l'ouverture de comptes de dépôt de détail, l'encaissement de chèques

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada exige que

l'ACFC favorise « la compréhension des services financiers et des questions qui s'y

rapporment ». À cette fin, la Direction a

produit deux publications :

- *Les cartes de crédit : À vous de choisir.*

Cette publication explique les différents types de cartes de crédit, contient des tableaux comparatifs des taux d'intérêt et d'autres variables, et explique la terminologie propre aux cartes de crédit en langage clair.

- *Guide du consommateur de services bancaires de base.* Cette publication

annuelle donne aux consommateurs les moyens de comprendre leurs besoins en

matière de services bancaires, de comparer diverses possibilités et de

choisir le type de forfait qui répond le mieux à leurs besoins. L'édition 2001 du

Guide met aussi l'accent sur les besoins de certains segments de la société

comme les consommateurs à faible revenu et traite de sujets comme les

guichets automatiques bancaires à marque privée (à étiquette blanche).

La Direction est également chargée de mieux faire connaître les obligations des

institutions financières et les responsabilités des consommateurs. Pour ce faire, elle a

publié un certain nombre de brochures traitant de sujets spécifiques :

- *Et si votre succursale ferme ses portes?*
- *Vous éprouvez des difficultés?*
- *Comptes à frais peu élevés*
- *La protection de vos intérêts*
- *Nous travaillons à éduquer et à protéger les consommateurs*
- *Ce que vous ne savez pas peut vous toucher*

À la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques avait envoyé par la poste plus de 1 000 exemplaires de chacun des principaux rapports de l'ACFC aux députés, aux bibliothèques, aux institutions

financières, aux groupes de défense des consommateurs et à d'autres intéressés, et elle avait reçu 131 demandes visant ses publications.

En outre, la Direction travaille à mieux faire connaître l'Agence au public. Elle a

publié des communiqués, entre autres pour annoncer l'ouverture de l'Agence et le

lancement de ses principales publications. Ainsi, plus de la moitié des demandes de

renseignements des médias auxquelles la Direction a répondu se rapportaient aux

publications *Les cartes de crédit : À vous choisir* et le *Guide du consommateur de services bancaires de base*.

Le commissaire et le commissaire adjoint ont tous deux participé à de vastes

consultations tenues auprès de groupes de défense des consommateurs, d'autres

organes de réglementation, d'associations du secteur financier et des premiers

dirigeants des institutions financières. Ils ont présenté des exposés à ces divers publics

ainsi qu'à d'autres groupes de politique gouvernementale et à des établissements

d'enseignement supérieur, afin de les informer et de faire le point sur le mandat

et les activités de l'Agence, de répondre à leurs questions et de discuter de leurs

préoccupations.

Centre de communications avec les consommateurs

Pour communiquer avec l'Agence, de nombreux consommateurs s'adressent

d'abord au Centre de communications avec les consommateurs, service que l'Agence

partage avec la Société d'assurance-dépôts du Canada. Des agents d'information y sont

affectés pour répondre aux questions des consommateurs et offrir leur aide dans la

langue officielle de leur choix. Le Centre est ouvert de 8 h 30 à 18 h

(heure normale de l'Est). Les personnes qui appellent peuvent laisser un message après

les heures d'ouverture, pendant les fins de semaine et les jours fériés. On répond aux

messages le jour ouvrable suivant.

Rôles et responsabilités de l'organisation

Le commissaire

Le commissaire de l'ACFC est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans. Bill Knight est le premier commissaire de l'Agence. Ses responsabilités comprennent les suivantes :

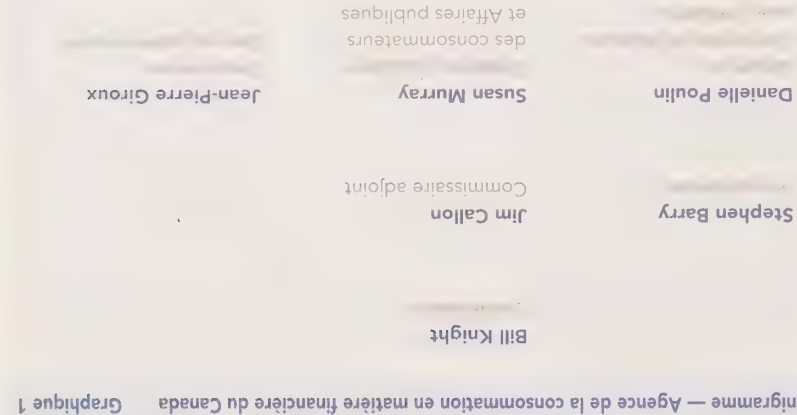
- déposer chaque année un rapport au Parlement et rendre compte régulièrement au ministre des Finances de l'ACFC;
- gérer les activités de l'ACFC, notamment des activités et des constatations de l'ACFC;
- assurer la responsabilité de tous les aspects de la gestion des programmes, des finances, des ressources humaines et de l'administration;
- surveiller plus de 470 institutions financières sous réglementation fédérale, pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, aux protocoles d'entente qu'elles ont signés avec le gouvernement du Canada et à leurs propres codes de conduite volontaires et engagements publics;
- élargir les initiatives lancées à l'échelle nationale pour l'éducation des consommateurs, en collaboration avec les intervenants.

L'application du régime de sanctions administratives pécuniaires prévu par la *Loi sur l'ACFC*. Il peut dresser un procès-verbal de violation si une institution financière ne remplit pas ses obligations législatives envers les consommateurs. Le commissaire peut également rendre public la nature de la violation et imposer des amendes pouvant atteindre 100 000 \$. (Veuillez consulter la section traitant de la conformité pour d'autres renseignements.)

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

Le commissaire de l'ACFC est membre d'office du conseil d'administration de la Société d'assurance-dépôts du Canada et siège au Comité de régie du conseil. Il fait aussi partie du Comité de surveillance des institutions financières, présidé par le surintendant des institutions financières, et du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances, et à ce titre, il s'assure que les conseils stratégiques fournis par ce comité au ministre des Finances tiennent compte du point de vue des consommateurs.

La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques prépare des brochures, des guides et d'autres documents pour informer les consommateurs des obligations juridiques des institutions financières, effectue des recherches et mène des sondages, et diffuse l'information par l'entremise des médias, du site Web de l'ACFC et des intervenants.



L'information que nous communiquons aux consommateurs — dans notre site Web et par l'intermédiaire de notre Centre de communications avec les consommateurs — peut aider ces derniers à choisir une carte de crédit ou un forfait de service de compte au sein d'une institution financière. Si un consommateur pense qu'une institution financière n'a pas respecté ses obligations juridiques, nous voulons en être informés.





Les institutions financières sous
réglementation fédérale
doivent se conformer aux
dispositions des lois fédérales
visant les consommateurs.
Nous avons élaboré notre
cadre de conformité après
avoir tenu de vastes
consultations avec les
intervenants du secteur.

Nos publications offrent aux
consommateurs des conseils
exprimés en langage clair et
contiennent des données
comparatives sur les produits
financiers et leurs prix, ainsi que
des aide-mémoire utiles et des
feuilles de calcul dont les
consommateurs peuvent se
servir pour définir leurs
habitudes financières et établir
leurs besoins.

Dans le cadre de nos initiatives relatives à l'éducation, nous devons trouver des façons novatrices de mettre à la portée de tous les consommateurs canadiens de l'information financière qui répond à leurs besoins. Il devient manifeste que notre principal défi consiste à mettre en place un cadre de base pour que les Canadiens puissent acquérir suffisamment de connaissances en matière financière. L'Agence examinera les possibilités qui nous permettront de relever ce défi.

Dans la mesure du possible, l'ACFC travaillera avec les enseignants pour aider la prochaine génération de consommateurs canadiens à acquérir les connaissances dont ils auront besoin pour prendre de bonnes décisions financières. À tout le moins, ils devraient savoir quel genre d'information leur serait utile et comment s'y prendre pour l'obtenir.

En ce qui touche le mandat de protection des consommateurs de l'Agence, je suis déterminé à travailler avec les institutions financières pour combler les lacunes que le cadre de conformité de l'Agence a permis de déceler, et pour le faire en temps opportun afin de réduire le risque que d'autres consommateurs rencontrent les

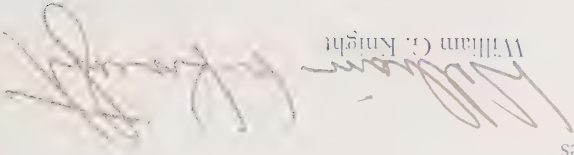
mêmes problèmes. Les institutions seront également tenues d'assurer que leur personnel comprend la loi et s'y conforme. Je me suis engagé à diffuser l'information que les consommateurs ont portée à notre attention afin que tous les Canadiens puissent prendre connaissance d'enjeux qui les touchent de près. Nous communiquerons aussi les renseignements à chaque institution financière sous forme de rapports publiés en temps opportun sur des sujets précis concernant leurs activités. Ces rapports aideront les institutions à s'attaquer de façon proactive aux problèmes touchant les consommateurs.

L'Agence, le secteur financier et les consommateurs ont intérêt à veiller à ce que le consommateur canadien ait facilement accès aux produits financiers et soit en mesure de prendre des décisions éclairées, et à ce que les institutions financières puissent répondre aux questions qu'on leur pose et régler les plaintes qu'on leur présente.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière

du Canada,

William C. Knight



Pour le moment, l'ACFC veille au respect d'un engagement public pris par l'Association des banquiers canadiens, au nom de ses membres, sur l'accès aux services bancaires de base. Après avoir examiné une cinquantaine de cas se rapportant à cet engagement, nous n'avons relevé aucun cas de non-respect. Néanmoins, nous estimons que les institutions financières visées n'ont pas, dans bien des cas, respecté l'esprit de l'engagement public.

Nous recommandons qu'au cours de l'année à venir, le gouvernement élabore et adopte des règlements précis portant sur l'accès aux comptes. C'est essentiel pour que nous puissions protéger le principe de l'accès aux services financiers de base pour tous les consommateurs canadiens. D'autres questions touchant les consommateurs de services financiers nous préoccupent, notamment celles-ci :

- les documents d'information concernant des produits comme les cartes de crédit, les cartes de débit et les hypothèques, qui sont incompréhensibles et portent à confusion;
- les frais supplémentaires auxquels de nombreux consommateurs ne s'attendent pas, y compris ceux imposés par les guichets automatiques bancaires à marque privée (à étiquette blanche);
- les frais d'intérêt exorbitants imposés par les sociétés de prêt d'urgence (remboursables le jour de paye).

L'ACFC tient à s'assurer que les consommateurs sont au courant des pièges de tels services financiers. Notre rôle évoluera à mesure que l'industrie se transformera. Ce qui ne changera pas cependant, c'est l'importance que j'accorde aux intérêts des consommateurs. L'ACFC s'emploie à habiliter les consommateurs en leur donnant les instruments d'information qui leur

Quelques réflexions conclusives

En résumé, il me paraît évident qu'il existe un lien inextricable entre les fonctions de l'ACFC ayant trait à la protection et à l'éducation des consommateurs de services financiers. Les consommateurs qui connaissent leurs droits et les obligations des institutions financières sont plus susceptibles d'exercer ces droits et de s'attendre à ce que leur institution fasse preuve d'une bonne conduite sur le marché. Mais soyons réalistes. De nos jours, les gens sont très occupés et il est difficile pour eux de prendre le temps de comprendre leurs droits en matière financière et de déchiffrer les complexités des produits financiers proposés. Cependant, prendre des décisions en étant mal informé peut coûter cher au consommateur et comporter des risques inutiles.

Par conséquent, je suis déterminé à travailler avec les intervenants du secteur afin d'élaborer des instruments d'information utiles à l'intention des consommateurs, par exemple des listes de conseils et des aide-mémoire faciles à lire, et à faire en sorte que les consommateurs puissent se procurer facilement des documents éducatifs rédigés en langage clair.

Les prochaines étapes

Notre objectif

Au cours de l'année à venir, nous prévoyons accroître l'information au sujet des droits et des responsabilités du consommateur. Nous mettrons à jour notre publication *Les cartes de crédit : À vous de choisir* ainsi que nos autres brochures et publications, et nous en préparerons de nouvelles, au besoin. Nous travaillerons en collaboration avec les divers intervenants du secteur pour régler les questions de l'heure et répondre aux nouveaux besoins des consommateurs. Le renforcement de nos valeurs fondamentales demeurera une priorité pour nous.

- Nous travaillerons dans un environnement ouvert et transparent. Nous consulterons les intervenants du secteur.
- Nous comblerons les lacunes des consommateurs sur le plan des connaissances.
- Nous mettrons en place notre cadre de conformité et notre mécanisme de surveillance.
- Nous informerons le public et les institutions financières, une fois par trimestre, des types de plaintes et de demandes de renseignements que nous recevons.
- Nous suivrons l'évolution des plaintes et tenterons de déceler des tendances.

Nos préoccupations

Je suis commissaire depuis seulement quelques mois, mais j'ai remarqué que des tendances se dessinent déjà. Le plus grand nombre de plaintes reçues par l'Agence dans le cadre de son mandat de réglementation proviennent de consommateurs auxquels on a refusé d'ouvrir un compte bancaire, généralement en raison de leurs antécédents en matière de crédit.

- Nous avons délégué l'administration

de nos ressources humaines et financières au Bureau du

surintendant des institutions

financières.

- Le 3 décembre 2001, nous avons publié

notre premier rapport *Les cartes de*

crédit : À vous de choisir.

- Le 9 janvier 2002, nous avons soumis

notre projet de plan d'activités ainsi que

l'ébauche d'un cadre de conformité aux

intervenants du secteur financier.

- Les 5 et 6 février 2002, nous avons tenu

notre première séance de planification

stratégique, à laquelle a participé

Harold MacKay, l'ancien président du

Groupe de travail, en qualité de

personne-ressource clé.

- Du 12 au 14 février 2002, nous avons

tenu des consultations avec le secteur

financier au sujet de notre projet de

cadre de conformité.

- Le 28 février 2002, nous avons publié le

Guide du consommateur de services

bancaires de base, conjointement avec le

rapport annuel d'Industrie Canada sur le

coût des services bancaires.

Nos publications offrent aux

consommateurs des conseils exprimés en

langage clair. Elles contiennent des données

comparatives sur divers produits financiers

et leurs prix, des aide-mémoire utiles ainsi

que des feuilles de calcul dont les

consommateurs peuvent se servir pour

définir leurs habitudes financières et établir

leurs besoins. On peut obtenir ces

renseignements en consultant notre site

Web ou en communiquant avec le Centre

de communications avec les consommateurs.

Comme l'a dit un jour Francis Bacon

« la connaissance, c'est le pouvoir ».

Éduquer les consommateurs en leur donnant de l'information financière juste, au bon moment, leur permettra de prendre des décisions judicieuses. L'ACFC peut fournir aux consommateurs les instruments dont ils ont besoin pour faire des choix éclairés. Des consommateurs habilités exigeront davantage des institutions avec lesquelles ils font affaire. Lorsque les consommateurs feront le tour du marché pour trouver l'institution répondant le mieux à leurs besoins financiers, les institutions s'efforceront d'être plus concurrentielles et de satisfaire à leurs exigences, et le marché n'en sera que meilleur tant pour les institutions financières que pour les consommateurs.

Le défi de la prestation des services

Les consommateurs plus jeunes sont davantage susceptibles de faire l'essai des modes de prestation des services novateurs que sont les centres d'appels, les modules automatisés ou Internet, mais le marché vieillit. Les membres de la génération du baby-boom s'adressent de plus en plus à leurs institutions financières dans l'optique de la retraite et le changement démographique que l'on observe ne sera pas sans répercussion sur les services que les institutions financières offrent à leurs clients.

Les consommateurs canadiens

apprécient la commodité de la télématique bancaire (Internet, téléphone, guichet automatique bancaire et carte de débit) mais plusieurs d'entre eux, y compris les petites entreprises, tiennent encore à faire affaire directement avec un représentant du service à la clientèle de leur institution financière. Aussi, les institutions doivent-elles se doter de divers modes de prestation des services et ne pas se limiter à offrir un choix entre les « succursales » et les « clics de souris ».

Nos réalisations à ce jour

La transformation du marché des services financiers oblige l'ACFC à trouver des moyens convenables d'assurer la conformité non seulement dans un cadre traditionnel, mais aussi dans un univers virtuel. Par ailleurs, l'Agence doit suivre le rythme de l'évolution des besoins en matière d'éducation et d'information des consommateurs en adoptant de nouveaux programmes et en élargissant les programmes existants en fonction des produits et services financiers offerts récemment sur le marché.

Nous nous préparons à relever ces défis de plein fouet.

L'ACFC n'existe que depuis quelques mois, mais des progrès ont déjà été accomplis.

Voici quelques faits saillants qui ont marqué l'année jusqu'à maintenant :

- Nous avons recruté et formé un effectif de 28 employés, issus des secteurs public et privé.
- Nous avons lancé un site Web et mis en place le centre d'appels de l'Agence — le Centre de communications avec les consommateurs; nous avons aussi publié un certain nombre de brochures qui font état des droits et des responsabilités du consommateur.
- Nous avons veillé à maintenir l'efficacité de nos opérations et à n'utiliser que les ressources nécessaires.

■ Nous avons conclu un marché de

services en matière d'informatique et de communication avec Travaux

publics et Services gouvernementaux (Canada).

■ Nous avons confié la gestion de

notre centre d'appels à la Société

d'assurance-dépôts du Canada.

L'évolution du marché : un défi qui s'adresse à tous

Le défi de l'information

Le secteur des services financiers connaît une profonde évolution. La technologie de l'information et le phénomène de la mondialisation sont le moteur de l'innovation et créent de nouvelles possibilités, de nouvelles demandes et de nouveaux risques.

De nombreux produits et services nouveaux sont offerts aux consommateurs, tant par de nouveaux venus que par les intervenants traditionnels du secteur financier, et de nouveaux modes de fonctionnement, hors sucursales, ont fait leur apparition. Dans ce marché en évolution, les distinctions faites autrefois entre les institutions financières s'estompent.

Un choix plus vaste que jamais s'offre aux consommateurs dans le secteur des services financiers. Même si dans l'ensemble le changement peut être bénéfique aux consommateurs, le choix accru qui s'offre à eux peut aussi être déstabilisant et occasionner un déséquilibre en matière d'information encore plus prononcé entre les consommateurs et leurs institutions financières.

Le Canada n'est pas le seul pays aux prises avec les défis qu'apportent ces changements. Le secrétaire au Commerce des États-Unis Paul O'Neill, par exemple, a fait de l'éducation en matière financière une priorité du Trésor américain. Pour ce faire, il a annoncé des plans visant la création d'un nouvel organisme pour l'éducation en matière financière, qui se verra confier un mandat semblable au notre.

Le secteur financier a sa part de

responsabilités envers les consommateurs.

L'ACFC travaille avec les institutions

financières pour les aider à s'acquitter de ces

responsabilités en veillant à ce qu'elles se

doient de mécanismes de traitement des

plaintes afin de régler les différends qui

surgissent couramment en ce qui touche les

services et les contrats.

Nous avons adopté une approche « sans

surprise », qui nous amène à coopérer avec

le secteur financier lorsque des problèmes se

présentent et à les régler avant qu'ils ne

deviennent graves ou systémiques.

Nous travaillons également à

l'établissement de relations avec d'autres

ministères fédéraux, d'autres organes de

réglementation et d'autres ordres de

gouvernement, au Canada et à l'extérieur

du pays.

Nous forçons des liens avec des

groupes de défense des consommateurs

pour diffuser les documents éducatifs que

nous élaborons par l'entremise de leurs

canaux de distribution et pour acquérir une

meilleure compréhension de leurs

préoccupations et de leurs priorités.

Nous collaborons avec l'Association des

banquiers canadiens dans le cadre de divers

programmes d'information et de

sensibilisation.

Nous créons des partenariats avec des

organismes qui viennent en aide aux

Canadiens ayant un faible niveau

d'alphabétisation, pour fournir à ces

consommateurs de l'information sur les

services financiers de base.

L'accent mis sur la collaboration se

traduit par la création de liens solides et

nous permet d'accroître la portée de nos

programmes de sensibilisation. Les relations

que nous mettons en place s'appuient sur le

partage de l'information, la transparence et

l'ouverture.

J'e vous soumetts mon premier rapport à titre de premier commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Dans le présent rapport, nous vous expliquons notre mode de fonctionnement et notre façon de nous y prendre pour mettre en place une agence déterminée à protéger et à éduquer les consommateurs. Selon les principes fondamentaux de notre philosophie, les Canadiens — quel que soit leur revenu — devraient avoir accès aux services financiers de base; les consommateurs canadiens de services financiers devraient bénéficier d'un marché concurrentiel qui leur permet de faire des choix judicieux parmi un large éventail de produits et de services financiers aux prix divers; et les consommateurs canadiens devraient pouvoir accéder facilement à des mécanismes efficaces de règlement des plaintes lorsqu'ils pensent ne pas avoir été traités équitablement.

A la Centrale des caisses de crédit du Canada, j'ai contribué à la mise en place d'une solide institution réunissant un service de valeurs mobilières, un service de gestion des actifs et un service de placement collectif. Les besoins des consommateurs faisaient partie intégrante de ce processus. Puis, comme député à l'écoute des électeurs ayant des « plaintes à titre de consommateurs » visant le gouvernement fédéral, et comme membre du Comité permanent de la Chambre des communes sur les finances, j'ai appris à connaître les défis quotidiens des consommateurs canadiens et j'ai acquis une compréhension du processus des politiques gouvernementales que je mets maintenant en pratique dans

Notre raison d'être et nos activités

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada a été créée pour s'attaquer au déséquilibre qui caractérise les relations qui existent entre les institutions financières et leurs clients, particulièrement en regroupant les activités liées à la protection des consommateurs qui étaient autrefois réparties entre plusieurs organismes. Avant la création de l'ACFC, c'est au Bureau du surintendant des institutions financières qu'il incombait d'appliquer des lois fédérales visant la protection des consommateurs, tandis que le ministère des Finances était chargé de surveiller le respect des codes d'autoréglementation et que le Bureau de la consommation d'Industrie Canada assurait l'éducation des consommateurs. L'ACFC fournit aux consommateurs des renseignements leur permettant de faire des choix judicieux. Par exemple, nous leur aidons à choisir une carte de crédit ou un forfait de service de compte au sein d'une institution financière. Dans l'exercice de notre fonction de surveillance à l'égard des dispositions des lois fédérales visant les consommateurs, nous disposons des outils qui sont indispensables pour assurer la protection des consommateurs.

J'en ai retiré un enseignement des plus précieux en ce qui touche la communication avec les consommateurs et le traitement des questions intéressant la politique publique ainsi que le secteur financier.



En donnant aux consommateurs une information financière au bon moment, nous leur permettons de prendre des décisions judicieuses. À titre d'organisme de surveillance de la conformité aux dispositions des lois fédérales visant les consommateurs, l'ACFC dispose des outils lui permettant de protéger les consommateurs en dépit des changements profonds qui surviennent dans le secteur des services financiers.



Nous supervisons les institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer la mesure dans laquelle elles se conforment non seulement à la loi, mais aussi à leurs propres codes volontaires et initiatives, et nous rendons compte de nos constatations.

Nous informons les consommateurs au sujet des services financiers et des obligations des institutions financières.

notre mandat :

- Quels renseignements mon institution financière doit-elle me fournir si je désire obtenir un prêt?
- Peut-elle me demander une pièce d'identité simplement pour ouvrir un compte?
- N'est-elle pas tenue d'encaisser mon chèque d'assurance-emploi?
- Que doit faire ma banque si elle décide de fermer la succursale avec laquelle je fais affaire?

Maître

Leurs propres recommandations. En 1999, le

gouvernement a publié un document d'orientation intitulé *La réforme du secteur des services financiers canadien : un cadre pour l'avenir*, dans lequel il proposait la création de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (appelée l'ACFC, ou l'Agence).

L'ACFC a été créée en octobre 2001, lorsque la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* est entrée en vigueur, dans le contexte de la solution adoptée pour redresser le déséquilibre entre les consommateurs et les institutions financières.

L'Agence a été dotée d'un mandat à double volet de protection et d'éducation. Le mandat confié à l'Agence se divise en cinq fonctions :

- superviser les institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer la mesure dans laquelle elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- inciter les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour respecter leurs obligations à l'égard des consommateurs;
- surveiller le respect des codes de conduite volontaires adoptés par les institutions financières fédérales et des engagements publics pris par celles-ci en vue de protéger les intérêts des consommateurs;
- sensibiliser les consommateurs à leurs droits et aux obligations des institutions financières envers eux;
- favoriser la compréhension du secteur financier et des produits et des services qu'il offre tout en visant à améliorer la disponibilité, l'accessibilité et la clarté de l'information financière s'adressant aux consommateurs. L'ACFC exerce cette fonction en collaboration avec ses partenaires. Au cours des premiers mois qui ont suivi la mise en place de l'Agence, nous avons progressé sur ces divers fronts et, ce faisant, fait avancer notre mission de protection et d'éducation des consommateurs. Dans le présent rapport, nous vous décrivons de façon plus détaillée notre raison d'être et nos activités.

secteur des services financiers, le Groupe de travail sur l'avenir du secteur des services financiers canadien (appelé Groupe de travail MacKay, du nom de son président l'avocat Harold MacKay, de la Saskatchewan) a formulé 124 recommandations concernant le secteur des services financiers. Le Groupe de travail a fait remarquer que « le cadre actuel de protection du consommateur ne contribue pas à réduire aussi efficacement que cela serait souhaitable le déséquilibre qui existe entre les institutions et les consommateurs sur le plan de l'information et du pouvoir de négociation ». Après avoir examiné le rapport du Groupe de travail, deux comités parlementaires ont tenu des consultations publiques dans tout le pays et présenté



Edifice Enterprise Building
427 ouest av. Laurier Ave. West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

Le 20 septembre 2002

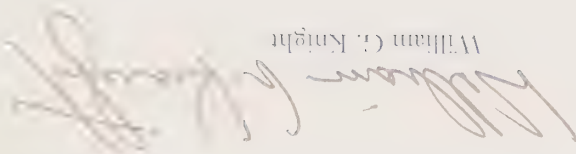
L'hon. John Manley, C.P., député
Vice-premier ministre et ministre des Finances
Chambre des communes
Ottawa (Ontario) K1A 0A6

Monsieur le Ministre,

Conformément à l'article 34 de la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada*, j'ai le plaisir de vous soumettre mon premier rapport annuel, qui couvre la période allant de la date de création de l'Agence, soit le 24 octobre 2001, au 31 mars 2002.

Veuillez agréer, Monsieur le Ministre, l'expression de ma haute considération.

(Commissaire


William C. Knight

c.c.: L'hon. Maurizio Bevilacqua, C.P., député

Secrétaire d'Etat (Institutions financières internationales)

Canada

Table des matières

| | | |
|----|---|--|
| 4 | Lettre d'accompagnement | |
| 5 | Introduction | |
| 9 | Lettre du commissaire Bill Knight | |
| 9 | Notre raison d'être et nos activités | |
| 10 | L'évolution du marché : un défi qui s'adresse à tous | |
| 10 | Le défi de l'information | |
| 11 | Le défi de la prestation des services | |
| 11 | Nos réalisations à ce jour | |
| 12 | Les prochaines étapes | |
| 12 | Notre objectif | |
| 12 | Nos préoccupations | |
| 13 | Quelques réflexions conclusives | |
| 17 | Rôles et responsabilités de l'organisation | |
| 17 | Le commissaire | |
| 17 | Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques | |
| 18 | Centre de communications avec les consommateurs | |
| 19 | Notre site Web | |
| 19 | Direction des services juridiques | |
| 19 | Direction des services administratifs | |
| 19 | Direction de la conformité et des relations avec l'industrie | |
| 23 | Plaintes et demandes de renseignements des consommateurs | |
| 23 | Traitement des plaintes par l'ACFC | |
| 23 | Rôle de l'ACFC | |
| 23 | Plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs | |
| 24 | Traitement des plaintes par les institutions financières | |
| 24 | Plaintes concernant le service général | |
| 25 | Aperçu des plaintes que nous avons reçues | |
| 25 | Infractions présumées à la loi ou non-respect présumé des codes de conduite | |
| 27 | Plaintes et demandes de renseignements concernant le service général | |
| 31 | Dépôt de dossiers concernant la fermeture de succursales | |
| 31 | Mot de la fin | |
| 32 | Déclaration d'engagement des employés de l'ACFC | |
| 33 | Annexes | |
| 33 | Annexe A : Glossaire | |
| 34 | Annexe B : Processus de gestion des cas de l'ACFC | |
| 35 | Annexe C : Dispositions et règlements visant les consommateurs | |
| 36 | Annexe D : État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs au 31 mars 2002 | |
| 37 | Annexe E : Processus de traitement des plaintes : exemple générique | |
| 38 | Information financière | |
| 38 | Points saillants | |
| 39 | Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers | |
| 40 | Frais financiers | |
| 43 | Notes aux états financiers | |

protéger l'épargne

Rapport annuel 2001-2002

Financial Consumer
Protection Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

CAI
FCA
-A56

to contact the
Agency

Connecting with *Canadians*



Annual Report 2002-2003

Protecting Consumers



Informing Canadians

Canada

Our mission

The Financial Consumer Agency of Canada is committed to improving Canada's financial marketplace by:

- supervising financial institutions efficiently and effectively with respect to meeting their obligations to consumers; and
- providing information that enables consumers to understand their rights and make informed financial decisions.

Contact information

To request additional information, make comments or obtain copies of this publication, please contact the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

Telephone 1-866-461-3222 (toll-free)
(Consumer Contact Centre)

Fax 1-866-814-2224 (toll-free)

E-mail

for information info@fcac-acfc.gc.ca

for publications pub@fcac-acfc.gc.ca

for media requests media@fcac-acfc.gc.ca

Web site www.fcac-acfc.gc.ca

Postal address Financial Consumer Agency of Canada
Enterprise Building, 6th Floor
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Financial Consumer Agency of Canada)

Cat. No: FC1-2003

ISBN: 0-662-67487-1



Contents

| | |
|--|-----------|
| <i>Connecting with Canadians</i> | 3 |
| A letter from the Commissioner | |
| <i>The year in review</i> | 12 |
| Operational roles, responsibilities and accomplishments | |
| <i>General consumer complaints and inquiries</i> | 34 |
| Addressing consumers' concerns | |
| <i>Financial statements</i> | 45 |
| <i>Appendixes</i> | |
| A: Glossary | 60 |
| B: FCAC case management process | 63 |
| C: Consumer provisions and regulations | 64 |
| D: Status of consumer provision regulations as of March 31, 2003 | 66 |
| <i>List of charts</i> | 68 |





Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Enterprise Building
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

September 22, 2003

The Honourable John Manley, P.C., M.P.
Deputy Prime Minister and Minister of Finance
House of Commons
Ottawa, Ontario K1A 0M6

Minister:

I am pleased to submit to you the annual report of the Financial Consumer Agency of Canada for the period from April 1, 2002, to March 31, 2003, its first full year of operations.

Yours truly,

William (Bill) G. Knight
Commissioner

cc: The Hon. Maurizio Bevilacqua, P.C., M.P.
Secretary of State, International Financial Institutions

Connecting with Canadians

A letter from the Commissioner

During the first full year of operations of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC), we have focused on helping Canadians deal with the multitude of financial issues that affect them every day. We have committed ourselves to familiarizing consumers with their rights and responsibilities, and helping them understand the financial products and services that they use.

As regulators, in 2002-03 we have been involved in major consumer issues such as access to bank accounts, bank branch closures, disclosure of credit card interest and fees, and the cost of borrowing. We have also made progress in establishing a compliance framework for financial institutions, with mechanisms to monitor their compliance and detect behaviour patterns. Over the year I have found that in 23 cases, there have been 43 violations of the consumer provisions and 13 cases of non-adherence to codes of conduct (see charts 9 and 10, pp. 32 and 33).

To encourage ongoing improvement of the marketplace, we have provided information to each financial institution and to consumers about the type and number of inquiries and complaints we have received during the year. With this same objective in mind, we will post on our Web site general summaries of decisions that I have taken with respect to compliance matters.



In carrying out the various aspects of our mandate, we are confident that we will continue to be effective in helping more and more Canadians have access to the right information at the right time, in order to make the right decisions about their financial affairs.

As regulators, in 2002-03 we have been involved in major consumer issues such as access to bank accounts, bank branch closures, disclosure of credit card interest and fees, and the cost of borrowing.

Our accomplishments

During 2002–03, we undertook many informational and regulatory initiatives — for example, making mortgage documents more accurate and user-friendly, and improving the level of disclosure of the terms and conditions for using credit cards. We established a framework for holding financial institutions accountable for their compliance with the consumer provisions of the applicable federal financial legislation. We worked to provide consumers with comparative market information that was not easily available, such as details about automated banking machine (ABM) fees. We gave consumers information tools to help them comparison-shop for credit cards and banking services. We also produced several consumer education brochures and publications; Canadians have requested copies of these by the tens of thousands.

One indication of our success is the interest FCAC has attracted from the media and the public. With minimal financial outlay, we have succeeded in obtaining substantial media exposure from coast to coast. Between April 1, 2002, and March 31, 2003, FCAC received coverage in every major daily newspaper in key urban centres across Canada, as well as in community newspapers, on radio, and on several well-known consumer, business and news television shows. The coverage has alerted millions of Canadians to the fact that we are there to help them. The result has been thousands of contacts between Canadians and FCAC through our Web site, e-mail, faxes and our Consumer Contact Centre.



Thousands of Canadians connect with us every month in search of credible, understandable information that will help them make more informed financial decisions. They are quickly learning that FCAC has a key role to play in protecting and informing them. This, in fact, is how we measure our success — not by the number of complaints we handle but by how many people we have helped.

In addition, we have worked effectively with federally regulated financial institutions. We have set up a regulatory framework that allows FCAC to supervise the compliance of financial institutions with consumer provisions of the laws governing them. Under the framework, we enforce such matters as proper information disclosure by institutions to consumers, respecting rules about bank branch closures, establishing complaint procedures, issuing Public Accountability Statements, and participating in third-party dispute resolution mechanisms. FCAC also monitors the financial institutions' adherence to voluntary codes of conduct, investigates complaints, and reports to the Minister, Parliament and the public about adherence to these codes.

FCAC has worked to establish a professional relationship with financial institutions — one that is open and transparent, and that benefits all stakeholders.

During our first full year of operations, we took some very tough positions in negotiating Compliance Agreements with the financial institutions. By setting these precedents we have encouraged mature institutions to build compliance into their business model and their marketing, and we have shown both financial institutions and consumers what they can expect from FCAC.

In the research we have carried out, citizens have stated their views very clearly: They want to make their own decisions about financial matters, and they want to have the facts that will enable them to do so.

Through our compliance and information program, we have provided consumers with the tools to make the choices that are important to them as individuals. This has a larger social significance, as well. The authors of the *Citizens' Dialogue on Canada's Future* noted this explicitly when they wrote:

Citizens [are] ready to take more responsibility for their own individual lifestyle and consumer choices to improve environmental and personal health outcomes. To do so, however, they [insist] on having better and more accessible information — from business and governments.¹

I believe that people are willing to become participatory citizens if they can obtain the necessary information. FCAC contributes strongly to widespread citizen engagement because we help many people take part in decisions affecting their lives and financial well-being.

We established a framework for holding financial institutions accountable for their compliance with the consumer provisions of the applicable federal financial legislation.

¹ Mary Pat MacKinnon et al., *Citizen's Dialogue on Canada's Future: A 21st Century Social Contract* (Ottawa: Canadian Policy Research Networks, 2003), p. 26.

A further major FCAC accomplishment in the past year was the hosting of the first International Forum on Financial Consumer Education and Protection, held in Ottawa in February 2003.

We have learned a key lesson since FCAC's inception: As we deal with individual consumer complaints, we also affect a large number of other Canadians. One intervention we made with a financial institution has clarified an interest penalty clause on mortgage loans for consumers who wish to prepay their mortgage balance. This single action by FCAC has improved the clarity of mortgages for at least 180,000 consumers directly and will benefit all future mortgage customers. Similarly, a single complaint to FCAC about a lack of disclosure concerning a credit card had far-reaching results: refunds to several tens of thousands of consumers, and improved disclosure to them by their institution. We have also had proactive responses by certain financial institutions, which advised FCAC of a problem and at the same time took action to correct it. In such instances, FCAC worked with the institutions to verify that corrective measures had been implemented.

A further major FCAC accomplishment in the past year was the hosting of the first International Forum on Financial Consumer Education and Protection, held in Ottawa in February 2003. This was an opportunity for regulators from various countries to learn from each other about best practices and potential pitfalls, and to discuss emerging issues such as disclosure related to financial products, trends with respect to household debt, and the progress of consumer education programs. The forum also provided the chance to share educational tools and research that participants had found useful.

FCAC seeks to protect consumers and to ensure that they have the knowledge they need to make informed financial decisions. Our successes during the past year are proof that FCAC is becoming a very valuable resource for Canadians.

Our concerns

The past year has revealed several issues and trends that are of concern to FCAC.

Access to banking

Fundamental to the enjoyment of full rights as a citizen is access to a basic banking account. Whether for cashing a pay cheque, building a savings account for the family, or paying bills or rent, access to a bank account is essential for all Canadians to participate fully in our society.

However, our experience indicates that Canadians are still being denied bank accounts because of poor credit history. In fact, 25 percent of all compliance-related complaints are about a bank's refusal to open an account. The most frequently given reason for refusal is a poor credit history, followed by bankruptcy.

To address this situation, the government has been moving forward with the development of regulations that will improve access to basic banking services. In our first annual report last year, we recommended the establishment of specific regulations covering access to basic banking accounts for Canadians. I am pleased to report that these key regulations have been put into place and will take effect as of September 30, 2003. The coming into force of the regulations will enable every Canadian to gain access to this country's financial system — a key step to becoming an active participant in our economy and society.

I must note the role of the Department of Finance in carrying out extensive consultations with the financial industry and moving forward on such an important social issue.



The new "Access to Basic Banking Services Regulations" will set out the requirements for opening a basic bank account. In most cases, poor credit history or a past bankruptcy will no longer, on their own, be reason for refusal. There will, of course, be legitimate reasons for a bank to refuse to open an account for an individual. Among these are a reasonable belief that the account will be used for illegal activities, awareness that the person has defrauded a financial institution in the past seven years or a discovery that the person has made false representations to the bank.

FCAC will be extremely vigilant in enforcing the access regulations. We will make sure that institutions respect the intent of the regulations and that they provide the access to banking services that Canadians need.

Branch closures

This year we received 282 notices of branch closures, as required under the law. There are no laws prohibiting the closures; like most businesses in Canada, financial institutions decide where and how they will serve their customers. For the first time, however, formal rules now exist governing the circumstances of branch closures. Under the new rules, the institutions must give their customers and FCAC at least four months' notice of such closings. They can also be required to hold public meetings about the decision to close a branch and about the impact of the closure.

For consumers and small businesses, the meetings provide a formal way to discuss the effects of closing a branch, since the bank is required to meet with its customers and listen to their views. The meetings also give customers time to make new banking arrangements and thus lessen the effects of the closure.

The rules have led to some surprising and positive results: In several communities, consultations between financial institutions and local residents have taken place to find alternatives to the closure plans. In some cases, institutions have offered to maintain an ABM at the place where the branch closed. In others, they have provided extended hours at the new bank location and sometimes have even arranged for transportation to the new location.

In one instance, a credit union agreed to move into the community to fill the gap left by the departing bank. For its part, the bank waived the fee for transferring RRSPs to the new institution. Another bank left a community representative in place to pay home visits to loan and mortgage customers.

While these initiatives are a good start, more can certainly be done. This is especially true with regard to the impact of branch closures on the elderly. We are particularly concerned about consumers who will have problems reaching a new branch, or consumers who may have difficulty accessing or using banking services through ABMs or new technology.

In January 2003, for the first time, FCAC participated in a meeting with a number of organizations that deal with consumers who, for economic or educational reasons, are vulnerable to financial problems.

Financial literacy

In January 2003, for the first time, FCAC participated in a meeting with a number of organizations that deal with consumers who, for economic or educational reasons, are vulnerable to financial problems. Participants discussed the issues these Canadians face and explored ideas about how best to reach them. As a follow-up to the meeting, FCAC plans to hold discussions with the stakeholders involved, both to examine joint initiatives and to discuss a possible pilot project with specific partners.

Payday loans

FCAC participates in the Consumer Measures Committee, a federal-provincial working group that deals with the alternative consumer credit market. The Committee is concerned about the consumer impact of this market, which is made up of alternative financial services such as the payday loans industry. As FCAC Commissioner, I have accepted a request from the Committee for FCAC to design information material that will help consumers understand the pitfalls of payday loans.



Credit history

Our statistics this past year showed that many consumers are contacting FCAC because they need help with reducing debt or with debt consolidation, or because they have been refused credit on the grounds of a poor credit history. As a result, we now track the number of people we refer to consumer credit counselling.

Related to this is our tracking of consumer inquiries about credit bureaus. These are private organizations that are regulated provincially. They collect credit information on consumers and provide the information to their member organizations after the customer has given the necessary authorization.

FCAC receives frequent inquiries from individuals who want to know how to obtain their credit file or how to contact a credit bureau. We also receive many complaints from consumers about errors in their credit files. FCAC provides consumers with the information they need directly, and also makes general information on this subject available on our Web site and in our publications. Given the types of inquiries and complaints that we have received about credit issues, we are concerned whether consumers have the ability to manage the debts they are accumulating, particularly when economic conditions worsen.

Our work continues

"Governments," write the authors of the *Citizens' Dialogue on Canada's Future*, "are still expected to create an effective framework for business, to set standards and to hold businesses to account."²

In providing information that enables consumers to make informed financial decisions, and in supervising how financial institutions meet their consumer obligations, FCAC fits naturally into this larger social context. As public awareness of FCAC's activity grows, citizens will realize that we intend to hold institutions accountable for their actions in the financial marketplace. When Canadians see the types of decisions I have taken as Commissioner and realize that I consider a violation to be very serious, they will have greater confidence about their right to act as full participants in the marketplace.

2 MacKinnon, p. xi.



A key focus of FCAC is accountability, transparency and, above all, citizen participation. To encourage participation, we are intent on ensuring that financial institutions meet their obligations to consumers. But we also seek to provide consumers with the tools to make informed financial decisions, because we know that knowledgeable citizens give a strong impetus for competitive discipline in the financial marketplace.

While we have accomplished a great deal in enforcing the law and improving the marketplace, we still have much to do. For example, we are currently undertaking a review of hundreds of mortgage documents across the industry because of our concern about the manner in which information is disclosed to consumers.

In 2003-04, FCAC will:

- continue to supervise financial institutions' compliance with the consumer provisions;
- carry out qualitative research to make our consumer education material more accessible to low-income and low-literacy audiences;
- continue to raise public awareness about FCAC's services by developing our relationships with financial consumer reporters and columnists, and with university, ethnic and local media; and

- continue to issue both new and updated consumer publications that fill information gaps in the marketplace, such as the *Cost of Banking Guide* (which reaches a potential audience of 5 million), an updated version of the report *Credit Cards and You*, and new consumer information materials on opening accounts, loans, mortgages and credit history.

Looking back on our first full fiscal year of operations, I want to express my deep appreciation for the keen interest Canadians have shown in financial issues, and for the diligence they have demonstrated in bringing their concerns to the attention of the Agency.

I also thank our many stakeholders, including the consumer associations and the financial institutions we regulate, for their valuable participation in helping to build a better financial marketplace for industry and consumers alike.

Finally, I wish to acknowledge the outstanding work of FCAC's innovative and committed staff during the past year. Their dedication to the Agency and to FCAC's mission has made our success possible.



William (Bill) G. Knight, Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada

A key focus of FCAC is accountability, transparency and, above all, citizen participation. To encourage participation, we are intent on ensuring that financial institutions meet their obligations to consumers.

The year in review

Operational roles, responsibilities and accomplishments

Commissioner

The FCAC Commissioner is appointed for a period of up to five years. The first and current Commissioner is Bill Knight. His responsibilities include:

- reporting to Parliament annually, and to the Minister of Finance regularly, about FCAC's activities and findings;
- managing the operations of FCAC, which includes taking responsibility for all aspects of its program, finances, administration and human resources management;
- supervising more than 470 federally regulated financial institutions to determine whether they are complying with applicable consumer protection legislation, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- expanding national education initiatives to identify and meet consumers' needs for financial knowledge.

The FCAC Commissioner is an ex officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC) and a member of the Board's Governance Committee.



He is also a member of both the Financial Institutions Supervisory Committee, chaired by the Superintendent of Financial Institutions, and the Senior Advisory Committee, chaired by the Deputy Minister of Finance. In this latter capacity, the FCAC Commissioner advises on key consumer issues, offering important input into the policy advice that this committee provides to the Minister of Finance.

Consumer Education and Public Affairs Branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires FCAC to promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under the applicable consumer provisions, and to foster an understanding of financial services and related issues. To fulfil this requirement, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch is responsible for:

- producing information materials to enhance consumers' knowledge of financial institutions' legal obligations, and of financial products and services;

- carrying out research and surveys;
- disseminating information via the media, the FCAC Web site and stakeholders; and
- conducting outreach with community groups, associations and other stakeholders.

Media relations

In 2002–03, FCAC continued to expand its publishing operations and undertook several new communications initiatives. Chart 1 shows the coverage in print, broadcast and electronic media received by FCAC in 2002–03.

Chart 1: Media mentions by topic
April 1, 2002–March 31, 2003

| Topic | Number | Percentage |
|------------------------------------|------------|------------|
| Accounts | 19 | 8 |
| Annual Report | 7 | 3 |
| Banking fees | 12 | 5 |
| Banking services | 5 | 2 |
| Cashing federal government cheques | 9 | 4 |
| Cost of Banking Guide | 34 | 13 |
| Credit cards | 44 | 17 |
| Credit Cards and You (fall) | 15 | 6 |
| Credit Cards and You (spring) | 47 | 19 |
| Financial Forum | 5 | 2 |
| General | 29 | 12 |
| Payday loans | 5 | 2 |
| Other | 18 | 7 |
| Yearly total | 249 | 100 |

Note: Media coverage includes print, broadcast and electronic coverage. Since FCAC did not have a complete tracking system in place for the full year, results may under-represent the *actual* number of media mentions for the period.

The Financial Consumer Agency of Canada Act requires FCAC to promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under the applicable consumer provisions, and to foster an understanding of financial services and related issues.

Some figures may be approximate because FCAC did not have a complete tracking system in place for the full fiscal year. We do know that we were mentioned in the media at least 249 times during the period. Chart 1 shows how media references to FCAC and its information material increased on the release of high-profile new publications, such as the *Cost of Banking Guide* and the spring issue of *Credit Cards and You*. FCAC has received strong media coverage all across Canada and in both official languages.

This type of coverage is by far the most cost-effective way of informing Canadians and publicizing FCAC to consumers. Newspapers are particularly useful in getting our messages out. Statistics show that most of those who have contacted our call centre found FCAC's telephone number in the newspaper. Through the media we have been able to reach millions of Canadians within a very short time.

Distribution of information

During the past year, the Consumer Education and Public Affairs Branch distributed more than 95,000 publications to various audiences, including consumers, consumer groups, parliamentarians, libraries and financial institutions.

Visitors to FCAC's Web site downloaded FCAC publications more than 45,000 times. The Branch distributed nearly 10,000 FCAC publications at trade shows. Individual consumers and organizations requested and received more than 9,500 publications.

The top three documents requested were: *Credit Cards and You* (21,115 copies); the *Consumer's Guide to Basic Banking Services* (13,347 copies); and the brochure *What you don't know can affect you* (12,660 copies).

Chart 2: Distribution of FCAC information materials
April 1, 2002–March 31, 2003

| | Downloaded from FCAC Web site | Direct requests | Via FCAC mailing list | Special outreach ¹ | Subtotal |
|-----------------------------|----------------------------------|--------------------|--------------------------|----------------------------------|---------------|
| Brochures | 17,224 | 8,245 | — | 2,500 | 27,969 |
| Joint FCAC–CDIC publication | — | — | — | 25,000 | 25,000 |
| Reports ² | 28,392 | 1,350 | 8,020 | 5,000 | 42,762 |
| Total | 45,616 | 9,595 | 8,020 | 32,500 | 95,731 |

¹ Includes mail drops, trade shows and meetings.

² Includes the FCAC *Annual Report*, *Cost of Banking Report*, *Consumer Inquiries and Complaints*, and *Credit Cards and You*.

Informing Canadians

Credit Cards and You

The Branch produced three issues of this popular publication during the year. Using plain language, *Credit Cards and You* explains:

- the types of credit cards available to consumers, with comparative tables illustrating interest rates and other factors;
- credit card terminology;
- how to save money when carrying a balance;
- how credit card interest is calculated;
- the “interest-free” period on new purchases;
- how to get the most from low introductory rates;
- building a credit history; and
- how to protect yourself from unauthorized transactions.

Cost of Banking Guide

This new guide is a more comprehensive version of last year’s *Consumer’s Guide to Basic Banking Services*. It was designed primarily as an on-line, interactive tool that financial consumers can use to find the best banking package for their needs. It includes virtually all the service packages available at 14 Canadian financial institutions.

For Canadians without computer access or skills, FCAC also produced the guide in an easy-to-use, interactive print format. Both versions include information about student, youth, seniors’ and low-fee accounts, and provide tips and information to help consumers reduce their monthly banking fees.

Update on ABM fees

The Consumer Education and Public Affairs Branch continued its research on automated banking machine fees and produced a consumer update, available on FCAC’s Web site, concerning fees for cash withdrawals at ABMs.

Brochures

The Branch continued to promote awareness of the obligations of financial institutions and the responsibilities of consumers, by distributing brochures such as:

- *What you should know if your branch closes*
- *Do you have a problem or a complaint?*
- *Low-fee accounts*
- *Protecting your interests*
- *Working to educate and protect consumers*
- *A new approach to helping consumers*
- *What you don’t know can affect you*

During the past year, the Consumer Education and Public Affairs Branch distributed more than 95,000 publications to various audiences, including consumers, consumer groups, parliamentarians, libraries and financial institutions.



Newspaper and magazine articles

In February and March 2003, the Branch wrote articles on credit cards and on consumers' rights and responsibilities, and circulated these to community and rural newspapers across Canada. The distribution had a potential readership of approximately 1 million Canadian consumers.

The Branch also placed a full-page ad in *Protégez-Vous*, a Quebec consumer magazine with a readership of nearly 70,000. FCAC plans to place a similar ad in the English magazine *50 Plus* in 2003-04.

Consumer Inquiries and Complaints

FCAC receives many consumer calls, letters, e-mails and in-person visits on a wide variety of topics. *Consumer Inquiries and Complaints* is a new quarterly publication that highlights the types of inquiries and complaints received.

The publication is distributed by e-mail to media and is available on-line on FCAC's Web site. The on-line version includes questions commonly asked by people who contact FCAC, along with easily understood answers.

Quizzes

The Branch produced two interactive Web site quizzes: the "Rights and Responsibilities Quiz" and the "Credit Card Quiz". These help consumers test their knowledge of financial products and their awareness of their rights under federal law. Both quizzes provide plain-language answers so that consumers can learn while they check their score.

Protecting Yourself Against Debit Card Fraud

As a member of the Electronic Funds Transfer working group, the Branch helped develop *Protecting Yourself Against Debit Card Fraud* — a brochure that tells consumers what to do if they fall victim to this type of fraud, and that provides information about liability issues. Consumers can consult the guide on Industry Canada's Web site (<http://strategis.ic.gc.ca/SSG/ca01832e.html>) or through a link from the FCAC site (www.fcac-acfc.gc.ca/eng/consumers/resource/debitcards.asp).

Outreach

In 2002-03 the Branch joined forces with the Canada Deposit Insurance Corporation to participate as an exhibitor in the Financial Forum. Held in Toronto and Vancouver, this major financial-sector trade show attracted nearly 10,000 Canadian consumers. The Agency's booth and the information materials it distributed at the Forum greatly enhanced the visibility of FCAC. The materials included a new corporate brochure, a new publication produced jointly by FCAC and CDIC, and a CD-ROM containing FCAC's key publications.

In late January 2003, as a pilot project, FCAC also organized a general mailing of the joint FCAC–CDIC publication *Financial Facts & Fiction*. This was distributed to 22,500 households in the Halifax area.

Consumer Contact Centre

Many consumers' first point of contact with FCAC is the Consumer Contact Centre, which is a joint call centre managed by the Canada Deposit Insurance Corporation. Inquiries officers from the Centre answer questions from callers and offer assistance in both official languages.

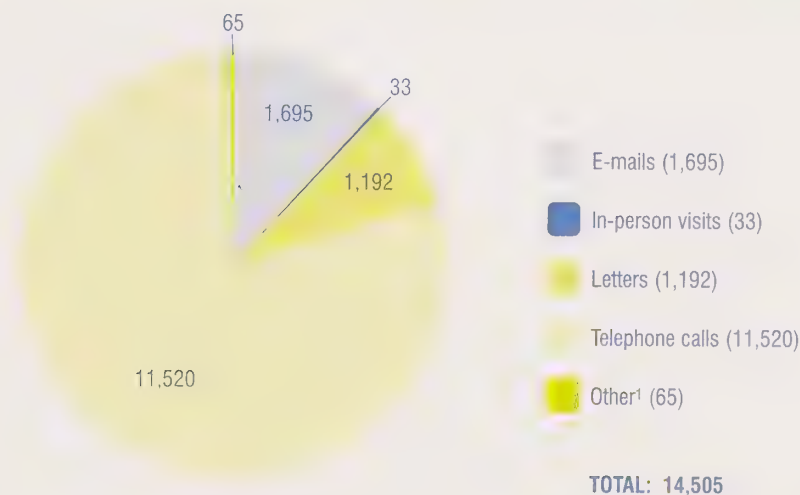
The Centre operates from 8:30 A.M. to 6:00 P.M. Eastern Time. Callers may leave a message after hours, on weekends or on statutory holidays. The messages are returned the next business day.

For statistical purposes, callers are asked for their postal code and about how they heard of FCAC.

Chart 3 shows that approximately 82 percent of the contacts received by FCAC in the past fiscal year were in the form of telephone calls made to our Consumer Contact Centre. (See Chart 12, p. 36, for a breakdown by topic.)

In February 2003, FCAC hosted an International Forum on Financial Consumer Education and Protection. The Forum helped establish an international network of regulators, while promoting valuable exchanges of information.

Chart 3: Total contacts received by FCAC for fiscal year 2002–03, by source



¹ Cases initiated by FCAC concerning a potential compliance issue, as well as complaints reported to FCAC by federally regulated financial institutions.

Chart 4: FCAC Web site statistics by year

| | Oct. 24/01–Mar. 31/02 | Apr. 1/02–Mar. 31/03 |
|--|-----------------------|----------------------|
| Number of visits ¹ | 34,718 | 132,197 |
| Average number of visits per day | 190 | 362 |
| Average length of time per visit ² (measured in minutes) | 16:27 | 13:38 |
| Median length of time per visit ³ (measured in minutes) | 2:14 | 2:23 |

- 1 **Number of visits:** Number of times a visitor came to FCAC's site. If a visitor is idle longer than the idle-time limit, it is assumed that the visit has been voluntarily terminated. If the visitor continues to browse the site after reaching the idle-time limit, a new visit is counted. The default idle-time limit is 30 minutes.
- 2 **Average length of time per visit:** Average = total time spent on the site ÷ total number of visits.
- 3 **Median length of time per visit:** Median is the midpoint in time from which half the visit lengths are longer and half are shorter. This number is often closer to the "typical" visit length than the average visit length.

FCAC Web site

The FCAC Web site (www.fcac-acfc.gc.ca) is our public face. From October 24, 2001, to March 31, 2002, FCAC averaged 190 visitors per day; this figure rose to an average of 362 per day from April 1, 2002, to March 31, 2003 (see Chart 4). Most frequently visited is the consumer information section of the site, followed by the media section.

The consumer provisions are listed in Appendix C, p. 64. They include requirements related to activities such as:

- opening retail deposit accounts;
- cashing federal government cheques;
- closing retail branches;
- coercive tied selling;
- disclosing cheque-holding policies;
- providing information to consumers about FCAC;
- establishing procedures for dealing with complaints; and
- disclosing the cost of borrowing.

Compliance and Industry Relations Branch

FCAC's Compliance and Industry Relations Branch monitors financial institutions to ensure that they comply with the consumer provisions of the *Bank Act*, the *Trust and Loan Companies Act*, the *Insurance Companies Act* and the *Cooperative Credit Associations Act*. The Branch also monitors adherence to voluntary codes and public commitments put in place by financial institutions or their associations.

Voluntary codes are commitments that the financial institutions themselves have put in place. The codes cover such topics as debit cards and credit relations with small businesses. Since the codes are voluntary, FCAC cannot enforce them; even so, it expects financial institutions to abide by them. FCAC therefore monitors adherence to the codes, investigates complaints about them and publicly reports the results of its monitoring.

The responsibilities of the Compliance and Industry Relations Branch include:

- investigating and responding to consumer complaints that fall under any of the acts under its jurisdiction;
- managing the compliance framework and ensuring that federally regulated financial institutions comply with it;
- monitoring adherence to voluntary codes of conduct or public commitments designed to protect the interests of consumers; and
- monitoring FCAC's tracking systems to identify trends.

Among the Branch's monitoring tools are "mystery shopping", consumer surveys, analysis of complaints and inquiries, annual examinations of federally regulated financial institutions, and studies by third parties.

Our tools for encouraging compliance range from administrative measures to the imposition of fines and, if necessary, public disclosure of the nature of a violation. Among the factors determining the approach to a specific case are the severity and scope of the problem, whether the financial institution acted deliberately or negligently, and the compliance history of the financial institution.

Appendix B (p. 63) presents FCAC's case management process for alleged violations of the consumer provisions. Appendix C (p. 64) lists the types of consumer provisions and regulations with which FCAC ensures compliance. Appendix D (p. 66) lists the status of the regulations.

Chart 5 provides a breakdown of compliance matters since FCAC was established on October 24, 2001. There were 46 cases pending as of March 31, 2002, after a little more than five months of operations; in comparison, the figure was 155 as of March 31, 2003. FCAC opened 991 cases in 2002-03, versus 539 in the previous fiscal year. In 2002-03, FCAC closed 882 cases, up from 493 in 2001-02.

Voluntary codes are commitments that the financial institutions themselves have put in place. The codes cover such topics as debit cards and credit relations with small businesses.

Chart 5: Compliance matters relating to consumer provisions and codes of conduct

| | <i>Cases¹ pending at end of fiscal year 2001-02²</i> | <i>Cases opened during fiscal year 2002-03</i> | <i>Cases closed during fiscal year 2002-03</i> | <i>Cases pending at end of fiscal year 2002-03</i> |
|--|--|--|--|--|
| CONSUMER PROVISIONS | | | | |
| Accounts | | | | |
| Advance notice of increased or new account fees | 1 | 35 | 33 | 3 |
| Disclosure of account information, charges or services | 1 | 11 | 9 | 3 |
| Disclosure of charges for account maintenance | 1 | 5 | 6 | — |
| Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation | — | 2 | 1 | 1 |
| Provision of account agreements and complaint procedures | 1 | 2 | 2 | 1 |
| Branch closures | | | | |
| Provide required notice | — | 17 | 11 | 6 |
| Request to change notice requirements | 6 | 6 | 11 | 1 |
| Requests for meetings | — | 133 | 119 | 14 |
| Cost of borrowing (COB) — general ³ | 2 | 11 | 7 | 6 |
| Credit cards | | | | |
| Credit cards — general ⁴ | — | 18 | 6 | 12 |
| Disclosure of annual credit card interest rate | — | 1 | 1 | — |
| Disclosure of changes to COB for credit cards | 1 | 12 | 12 | 1 |
| Disclosure of COB, interest or fees for credit cards | — | 20 | 13 | 7 |
| Disclosure relating to optional services ⁵ for credit cards | — | 2 | — | 2 |
| Receipt of monthly credit card statements | — | 5 | 4 | 1 |
| Disclosure of charges | — | 10 | 5 | 5 |
| Disclosure of interest — in advertising | — | 3 | 2 | 1 |
| Federal government cheques — fee charged to cash | 1 | 3 | 3 | 1 |
| Holds on cheques — for deposits | — | 8 | 7 | 1 |
| Index-linked deposits | — | 1 | — | 1 |
| Informing customers how to contact FCAC | 2 | — | 2 | — |
| Loans | | | | |
| Loans — general ⁶ | — | 7 | 4 | 3 |
| Notification of changes or amendments to loan agreement or to COB | — | 11 | 9 | 2 |
| Requirement to disclose COB in advertising | 4 | 6 | 6 | 4 |
| Requirement to disclose COB when loan issued | 1 | 10 | 7 | 4 |
| Requirement to provide information on loan repayments, rebates or charges | 1 | 3 | 4 | — |
| Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date | — | 4 | 1 | 3 |
| Provide complaint-handling procedures ⁷ | — | 8 | 8 | 0 |
| Tied selling | | | | |
| Coercive tied selling | 1 | 8 | 8 | 1 |
| Failure to display notices on tied selling | — | 12 | 12 | — |
| Subtotal for consumer provision cases | 23 | 374 | 313 | 84 |

Chart 5 (continued)

| | <i>Cases¹ pending at end of fiscal year 2001-02²</i> | <i>Cases opened during fiscal year 2002-03</i> | <i>Cases closed during fiscal year 2002-03</i> | <i>Cases pending at end of fiscal year 2002-03</i> |
|--|--|--|--|--|
| CODES OF CONDUCT⁸ & PUBLIC COMMITMENTS⁹ | | | | |
| Access to banking services | | | | |
| No minimum deposit or balance required for account | — | 1 | 1 | — |
| Refusal to open — general | 1 | 9 | 9 | 1 |
| Refusal to open — because of bankruptcy | — | 32 | 32 | — |
| Refusal to open — because of credit history | 7 | 80 | 75 | 12 |
| Refusal to open — because of employment status | — | 3 | 2 | 1 |
| Refusal to open — because of lack of proper identification | 1 | 28 | 28 | 1 |
| Debit card code | — | 67 | 58 | 9 |
| Public commitments by financial institutions | | | | |
| Commitment to cash federal government cheques (under \$1,500) | 1 | 8 | 9 | — |
| On credit cards | — | 8 | 4 | 4 |
| On investments | — | 2 | 2 | — |
| Other | — | 4 | 3 | 1 |
| Subtotal for codes of conduct & public commitments | 10 | 242 | 223 | 29 |
| FILINGS | | | | |
| Branch closure filings | 13 | 302 | 281 | 34 |
| Complaint-handling procedure filings | — | 67 | 59 | 8 |
| Public Accountability Statement filings | — | 6 | 6 | 0 |
| Subtotal for filings | 13 | 375 | 346 | 42 |
| GRAND TOTAL | 46 | 991 | 882 | 155 |

1 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

2 As a result of system enhancements, this figure differs from what was reported in the previous fiscal year.

3 Includes issues involving interest rate differentials, payment amounts and co-signer responsibilities.

4 Includes issues involving payments and associated finance charges.

5 Refers to such services as insurance products.

6 Includes issues involving payment changes and the calculation of penalty amounts.

7 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

8 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

9 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

Examinations

In addition to using consumer complaints as a basis for examining the day-to-day practices of an institution, FCAC conducts annual general examinations of financial institutions to verify that they are applying our compliance framework properly and are meeting their obligations under the applicable consumer provisions. The Commissioner reports the results of examinations to the Minister.

Examination procedures

In fall 2002, FCAC began its first annual general examination of all Canadian federally regulated financial institutions. This involved 384 examinations of domestic and foreign banks in Canada, of foreign bank branches, and of trust and loan companies. The examinations were undertaken through a detailed telephone interview with senior compliance personnel of the institutions or through a compliance questionnaire.

To help the institutions concerned prepare for the interview, FCAC compliance officers sent them an interview guide in advance. Interviews took place over a three-month period.

Since only a limited number of consumer provisions apply to insurance companies, FCAC tailored the questionnaire to obtain specific compliance information from them. No formal interview was required with these institutions.

The cooperation and openness of the institutions greatly assisted FCAC in carrying out its supervisory responsibilities.

Results of the annual general examinations

FCAC found that, overall, the federally regulated financial institutions were meeting their obligations under the consumer provisions that applied to them. Any specific non-compliance matters that were identified through this process were corrected.

Through this annual process, and by examinations on specific concerns and detailed follow-up on day-to-day issues identified through consumer complaints, we are confident that we have in place an effective monitoring system that will alert us to any substantial non-compliance behaviour.

Highlights

Fiscal year 2002–03 was a productive one for the Compliance and Industry Relations Branch.

Following consultations undertaken in 2001–02, FCAC finalized its compliance framework. For institutions, this sets out the rules used by FCAC to ensure compliance with laws and regulations. It explains FCAC's handling of consumer complaints, the self-monitoring process for financial institutions and the measures the Agency has established to encourage compliance.

Following consultations undertaken in 2001–02, FCAC finalized its compliance framework. For institutions, this sets out the rules used by FCAC to ensure compliance with laws and regulations.

FCAC presented the compliance framework to the industry and various consumer groups during the spring of 2002. The framework came into effect on September 30, 2002. During the fall of 2002, the Branch conducted its first annual general examination of financial institutions to determine whether they had complied with consumer provisions.

The Branch has launched a quarterly newsletter, entitled *Compliance Connection*, to inform institutions about compliance issues and promote best practices for improving compliance.

The issues that FCAC handles most often are as follows.

Notice of branch closure

The *Notice of Branch Closure Regulations* came into force on February 28, 2002. The regulations impose a formal process on banks and on trust and loan companies, setting time frames during which the institutions must inform their customers of branch closings. This requirement gives consumers and communities the opportunity to consider their options, to find ways to minimize the effects of the closing or to find other banking resources.





Under certain conditions, members of the affected community may ask the Commissioner to order a financial institution to hold a meeting with branch customers to discuss the closure.

Since FCAC was established, more and more Canadians are exercising their rights under the regulations. FCAC has received an increasing number of requests for public meetings.

During the past year, at the request of the public, the FCAC Commissioner ordered three public meetings involving branch closures. Some other meetings were voluntarily organized by the banks after discussions with FCAC compliance officers.

Finally, FCAC consulted with Canadian bankers to develop rules governing public meetings. The rules promote exchanges that allow customers to express their needs and opinions about impending branch closures.

Disclosure of the cost of borrowing

A number of cost-of-borrowing regulations specify the information that the financial institution must disclose to the borrower at the time a loan is granted, renewed or advertised. Among other things, they require disclosure statements about the cost of borrowing to be written in simple, clear and concise language.

FCAC has received several complaints concerning issues covered by the cost-of-borrowing regulations. In one case, after discussing the matter with FCAC, a financial institution clarified a clause dealing with interest penalties in its disclosure documents on mortgages. The institution also developed information to remind consumers of the exact nature of the penalties, and it established a special procedure for people who might find the document confusing. Several hundreds of thousands of consumers have already benefited from the clarification, and all new borrowers will receive the advantages of this more clearly worded clause.

FCAC has begun a review of mortgage documents prepared by large federally regulated institutions, to determine whether the documents adequately disclose the penalty for terminating a mortgage.

Credit cards

The cost-of-borrowing issue frequently arises in connection with credit cards. For example, a financial institution that issues credit cards reduced the minimum monthly payment required for its cards, but neglected to inform its clients of the changes. Clients were therefore confused to see their payments fluctuate. After FCAC intervention, several hundreds of thousands of consumers were finally informed that the percentage of their balance required as a minimum payment had been reduced. They could now decide whether they wanted to make the new minimum payment or maintain their previous minimum monthly payment to reduce their debt more quickly.

Another financial institution that issues credit cards did not disclose its foreign currency conversion fees to clients, as required by the regulations. Instead, on the monthly statement it indicated only the final, aggregate conversion rate, including its fees. As a result of FCAC's intervention, the institution changed its disclosure process to clearly identify, in its credit agreement, the fees that are part of the conversion rate. Again, several hundreds of thousands of consumers now benefit from clearer disclosure of the institution's fees.

A number of cost-of-borrowing regulations specify the information that the financial institution must disclose to the borrower at the time a loan is granted, renewed or advertised.

Yet another financial institution announced that its credit agreement had been unclear about the method of calculating interest, and that it had therefore adjusted the credit granted to its cardholders. FCAC undertook an examination of the problem to ensure that the institution had complied with the relevant section of the *Cost of Borrowing Regulations* and to determine whether the adjustment made by the issuer was appropriate.

Opening retail deposit accounts

The Canadian Bankers Association has guidelines posted on its Web site, summarizing the conditions for opening bank accounts. The guidelines will be superseded by the *Access to Basic Banking Services Regulations* when they take effect on September 30, 2003.

The refusal or inability to open an account was the most common compliance-related complaint that consumers made to FCAC. The Agency is limited to monitoring the public commitment of any financial institution in this area. Nevertheless, FCAC's efforts to obtain information on individual cases often prompted the institution involved to re-examine a client's case. In certain instances, this led to a reversal of the initial refusal. As a result, the clients were able to open a bank account, which is often a crucial step in re-entering the work force or relocating from one region to another.

In one case, an FCAC inquiry enabled the institution to identify a shortcoming in its account-opening procedures. Following discussions with FCAC, the institution changed the procedures and informed its employees of the changes.

Other issues

Disclosure of interest

Discussions with FCAC led an institution to change its interest-disclosure procedures for the telephone purchase of guaranteed investment certificates. The institution now mails a written confirmation to customers to disclose the interest rate of the certificate.

Debit cards

FCAC examined several cases in which consumers complained that their institution had made them take financial responsibility for certain debits even though they had informed the institution that their debit cards had been used without their consent.

FCAC monitored industry codes of conduct, specifically the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services. In such situations, FCAC determines whether the code has been contravened and informs consumers of the complaint-handling procedures of the institution involved. This enables consumers to file a complaint if they are not satisfied with the way their situation was handled by the financial institution. As a result of FCAC's examination, several consumers were able to make a better case to the staff of their institution.

The new
Access to Basic
Banking Services
Regulations take
effect on
September 30, 2003.

During 2002–03, the Compliance and Industry Relations Branch had an impact on more than 1 million Canadian consumers of financial products, not only by enforcing compliance measures but also by working with institutions to improve practices for the benefit of their clients.

Legal Services Branch

The federal Department of Justice provides legal services to FCAC. A senior counsel from Justice Canada is part of the management structure of FCAC and reports directly to the Commissioner. The senior counsel furnishes advice on all aspects of FCAC's mandate and operations.

Administrative Services Branch

The Administrative Services Branch provides FCAC with such services as human resources, financial management, access to information and privacy, materiel management, facilities management, records management, informatics, security, occupational health and safety, mail, and messenger services.

FCAC contracts with the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI) for its human resources and financial services, and with Public Works and Government Services Canada (PWGSC) for its technology and communications services.



Compliance overview

Chart 5 (p. 20) and Charts 6 to 11 (pp. 29–33) provide an overview of the compliance matters FCAC has handled.

Chart 6 presents the total compliance contacts FCAC has received since it was established in October 2001. In the first period of less than six months, the chart shows only 172 contacts. In the second period — FCAC's first full fiscal year of operations — the chart records 685 contacts.

The chart includes a year-to-year comparison of:

- requests received for public hearings on bank branch closures;
- branch closure notices received and requests to change the notice requirements;
- inquiries and complaints related to the consumer provisions and to codes of conduct and public commitments (see definitions in Appendix A);
- filings by the financial institutions of their complaint-handling procedures with FCAC; and
- filings by these institutions of self-reported complaints.

After the branch closure regulations came into effect at the end of February 2002, there was an increase in compliance contacts related to branch closures. Similarly, after the implementation of FCAC's compliance framework on September 1, 2002, some 40 consumer provision-related complaints were reported to FCAC by the financial institutions.

Chart 7 presents the total number of filings FCAC has received from financial institutions since it was established in October 2001.

These include:

- branch closure notices that fall under the regulatory definition of a branch (that is, a place of business where there is an individual to disburse cash and open an account);
- voluntary notices to the Commissioner about changes in retail services;
- complaint-handling procedure filings; and
- Public Accountability Statement filings.

During 2002–03, FCAC received 282 branch closure filings and 20 voluntary notices concerning changes to retail services.

After the implementation of FCAC's compliance framework on September 1, 2002, some 40 consumer provision-related complaints were reported to FCAC by the financial institutions.

Chart 6: Total compliance contacts¹ received
(since FCAC was established October 24, 2001)

| | Oct. 24/01–Mar. 31/02 | Apr. 1/02–Mar. 31/03 |
|---|-----------------------|----------------------|
| Branch closures | | |
| Provide required notice | — | 17 |
| Requests for public hearings on branch closures ² | — | 133 |
| Requests to change the branch closure notice requirements | 6 | 6 |
| Codes of conduct ³ & public commitments ⁴ | | |
| Complaints related to codes of conduct and public commitments | 81 | 242 |
| Inquiries related to codes of conduct and public commitments | 19 | 48 |
| Complaint procedures | | |
| Provide complaint-handling procedures ⁵ | — | 8 |
| Consumer provisions | | |
| Complaints related to consumer provisions | 55 | 170 |
| Inquiries related to consumer provisions | 11 | 21 |
| Self-reported complaints | — | 40 |
| Total compliance contacts for the period | 172 | 685 |

1 A contact is recorded when a person or an institution contacts FCAC about an issue or concern, including complaints and inquiries. This excludes routine filings.

2 Included in this figure are multiple requests pertaining to the same branch.

3 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

4 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

5 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

Chart 7: Total filings¹ received from financial institutions
(since FCAC was established October 24, 2001)

| | Oct. 24/01–Mar. 31/02 | Apr. 1/02–Mar. 31/03 |
|--|-----------------------|----------------------|
| Branch closure filings | | |
| Closures that fall under the regulatory definition of a branch ² | 13 | 282 |
| Closures that do not fall under the regulatory definition of a branch ³ | — | 20 |
| Complaint-handling procedure filings | 384 | 67 |
| Public Accountability Statement filings | — | 6 |
| Total filings for the period | 397 | 375 |

1 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

2 Branch closure regulations apply to any branch in which there is an individual to disburse cash and open an account.

3 These filings were not required by legislation but were filed by the financial institution to keep the Commissioner informed of changes in retail services.

Chart 8 shows the 313 cases related to consumer provisions that were closed during 2002–03. It indicates whether the case was determined to be a violation or a non-violation of the consumer

provisions, or whether it was withdrawn. (Cases are often withdrawn when consumers do not respond to FCAC's attempts to contact them in order to continue the compliance review.) Of the 313 cases, 23 involved violations.

Chart 8: Compliance cases¹ closed relating to consumer provisions by type of disposition, as of fiscal year end (March 31, 2003)

| | Type of disposition | | | | | Total cases closed during fiscal year 2002–03 |
|---|------------------------|---------------|------------------------|----------------------|--------------------------|---|
| | Violation ² | Non-violation | Withdrawn ³ | Granted ⁴ | Not granted ⁵ | |
| Accounts | | | | | | |
| Advance notice of increased or new account fees | — | 26 | 7 | — | — | 33 |
| Disclosure of account information, charges or services | — | 8 | 1 | — | — | 9 |
| Disclosure of charges for account maintenance | — | 4 | 2 | — | — | 6 |
| Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation | — | 1 | — | — | — | 1 |
| Provision of account agreements and complaint procedures | — | 1 | 1 | — | — | 2 |
| Branch closures | | | | | | |
| Provision of required notice | 11 | — | — | — | — | 11 |
| Request to change notice requirements | — | — | — | 5 | 6 | 11 |
| Requests for meetings ⁶ | — | — | — | 32 | 87 ⁷ | 119 |
| Cost of borrowing (COB) — general ⁸ | — | 4 | 3 | — | — | 7 |
| Credit cards | | | | | | |
| Credit cards — general ⁹ | — | 5 | 1 | — | — | 6 |
| Disclosure of annual credit card interest rate | — | — | 1 | — | — | 1 |
| Disclosure of changes to COB for credit cards | — | 4 | 8 | — | — | 12 |
| Disclosure of COB, interest or fees for credit cards | — | 10 | 3 | — | — | 13 |
| Disclosure relating to optional services ¹⁰ for credit cards | — | — | — | — | — | — |
| Receipt of monthly credit card statements | — | 2 | 2 | — | — | 4 |

Chart 8: (continued)

| | Type of disposition | | | | | Total cases closed during fiscal year 2002-03 |
|---|------------------------|---------------|------------------------|----------------------|--------------------------|---|
| | Violation ² | Non-violation | Withdrawn ³ | Granted ⁴ | Not granted ⁵ | |
| Disclosure of charges | — | 3 | 1 | — | — | 4 |
| Disclosure of interest — in advertising | — | 2 | — | — | — | 2 |
| Federal government cheques — fee charged to cash | — | 1 | 2 | — | — | 3 |
| Holds on cheques — for deposits | — | 4 | 3 | — | — | 7 |
| Index-linked deposits | — | — | — | — | — | — |
| Informing customers how to contact FCAC | — | 2 | — | — | — | 2 |
| Loans | | | | | | |
| Loans — general ¹¹ | — | 3 | 1 | — | — | 4 |
| Notification of changes or amendments to loan agreement or to COB | — | 5 | 4 | — | — | 9 |
| Requirement to disclose COB in advertising | 4 | 2 | — | — | — | 6 |
| Requirement to disclose COB when loan issued | — | 2 | 6 | — | — | 8 |
| Requirement to provide information on loan repayments, rebates or charges | — | 4 | — | — | — | 4 |
| Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date | — | — | 1 | — | — | 1 |
| Provide complaint-handling procedures ¹² | 8 | — | — | — | — | 8 |
| Tied selling | | | | | | |
| Coercive tied selling | — | 4 | 4 | — | — | 8 |
| Failure to display notices on tied selling | — | 12 | — | — | — | 12 |
| Total cases closed, by disposition | 23 | 109 | 51 | 37 | 93 | |
| Yearly total | | | | | | 313 |

1 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

2 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary). A case may involve more than one violation; see Chart 9 for more detail.

3 Cases are often withdrawn when consumers do not respond to FCAC's attempts to contact them in order to continue with the compliance review.

4 The Commissioner granted the financial institution's request to change the branch closure notice requirements or the individual's request for a meeting.

5 The Commissioner did not grant the financial institution's request to change the branch closure notice requirements or the individual's request for a meeting.

6 Some were multiple requests pertaining to the same branch.

7 Seventy-eight of these meeting requests involved one specific branch closure, where the institution voluntarily held a meeting without the necessity of a formal decision by the Commissioner.

8 Includes issues involving interest rate differentials, payment amounts and co-signer responsibilities.

9 Includes issues involving payments and associated finance charges.

10 Refers to such services as insurance products.

11 Includes issues involving payment changes and the calculation of penalty amounts.

12 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

Chart 9 presents the 43 violations, in 23 cases, that FCAC identified in 2002–03. The Commissioner issued 22 Letters of Reprimand, one Notice of Violation (including an administrative monetary penalty) and one Compliance Agreement. The majority of violations involved branch closure notices and disclosures in advertising of the cost of borrowing.

Chart 10 shows the cases closed during 2002–03 that were related to codes of conduct and public commitments. The chart indicates whether the case was determined to involve adherence or non-adherence to a code of conduct or public commitment, or whether it was withdrawn. There were 13 cases of non-adherence, 10 of which had to do with refusal of a consumer's request to open a bank account.

Chart 11 provides details on branch closures in 2002–03. There were 302 closure notices filed, both required and voluntary.

The chart covers:

- closure notices filed by banks;
- complaints received related to branch closures;
- applications received, granted and pending for exemptions from filing of required notices; and
- requests received, granted and pending for public meetings.

During 2002–03, FCAC received 213 complaints concerning branch closures and 133 requests for public meetings related to the closing of 23 branches.

Chart 9: Compliance cases¹ closed where action was taken, as of fiscal year end (March 31, 2003)

| | <i>Number of cases closed</i> | <i>Number of violations identified</i> | <i>Commissioner's decision</i> |
|--|-----------------------------------|--|--|
| Branch closures | | | |
| Provision of required notice | 11 | 18 | 11 Letters of Reprimand ² |
| Cost of borrowing (COB) — general ³ | — | — | 1 Compliance Agreement ⁴ |
| Provide complaint-handling procedures ⁵ | 8 | 8 | 7 Letters of Reprimand / 1 Notice of Violation ⁶ with administrative monetary penalty |
| Requirement to disclose COB in advertising | 4 | 17 | 4 Letters of Reprimand |
| Yearly total | 23 | 43 | 1 Compliance Agreement / 22 Letters of Reprimand / 1 Notice of Violation with administrative monetary penalty |

¹ For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

² For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

³ Includes issues involving interest rate differentials, payment amounts and co-signer responsibilities.

⁴ For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

⁵ For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

⁶ For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

Chart 10: Compliance cases¹ closed relating to codes of conduct² and public commitments³ by type of disposition, as of fiscal year end (March 31, 2003)

| | Type of disposition | | | Total cases closed during fiscal year 2002-03 |
|---|---------------------|---------------|------------------------|---|
| | Adherence | Non-adherence | Withdrawn ⁴ | |
| Access to banking services | | | | |
| No minimum deposit or balance required for account | 1 | — | — | 1 |
| Refusal to open — general | 6 | — | 3 | 9 |
| Refusal to open — because of bankruptcy | 20 | 2 | 10 | 32 |
| Refusal to open — because of credit history | 45 | 7 | 23 | 75 |
| Refusal to open — because of employment status | — | — | 2 | 2 |
| Refusal to open — because of lack of proper identification | 18 | 1 | 9 | 28 |
| Debit card code | 40 | 2 | 16 | 58 |
| Public commitments by financial institutions | | | | |
| Commitment to cash federal government cheques (under \$1,500) | 6 | — | 3 | 9 |
| On credit cards | 3 | — | 1 | 4 |
| On investments | 2 | — | — | 2 |
| Other | 2 | 1 | — | 3 |
| Total cases closed by disposition | 143 | 13 | 67 | |
| Yearly total | | | | 223 |

1 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

2 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

3 For a definition of this item, see Appendix A (Glossary).

4 Cases are often withdrawn when consumers do not respond to FCAC's attempts to contact them in order to continue with the compliance review.

Chart 11: Matters related to branch closures (for fiscal year 2002-03)

| | |
|---|------------------|
| Closure notices filed by financial institutions | 302 ¹ |
| Complaints received related to branch closures ² | 213 |
| Requests to change the branch closure notice requirements | |
| Received | 6 |
| Granted ³ | 5 |
| Pending | 1 |
| Requests for public meetings on branch closures ⁴ | |
| Total number of meeting requests received | 133 |
| Number of branches for which meeting requests were received | 23 |
| Total number of branches in which meetings were required by the Commissioner | 5 |
| Total number of branches in which meetings were not required by the Commissioner ⁵ | 11 |
| Total number of meeting requests pending | 7 |

1 This figure includes all branch closure filings, including those that do not fall under the regulatory definition of a branch, as well as requests to vary the required notice.

2 These are complaints related to branch closures; the individuals were not requesting a meeting.

3 The Commissioner granted the financial institution's request to change the branch closure notice requirements.

4 Some were multiple requests pertaining to the same branch.

5 Often, institutions will voluntarily hold a public meeting without a formal requirement from the Commissioner

General consumer complaints and inquiries

Addressing consumers' concerns

Role of FCAC

The only complaints over which FCAC has jurisdiction are those involving contraventions of federal consumer provision legislation or regulations. For general complaints such as on quality of service or business policies, or specific contract disputes, we ensure that financial institutions put in place a complaint-handling procedure that includes access to a third-party dispute resolution process. We also direct consumers to the right channels in the financial institution where such complaints are handled.

FCAC registers information about every complaint of a general nature, since the Commissioner is required to report annually on the types of complaints of which he is made aware. The information is also used to track trends and helps us determine appropriate topics for the consumer information material we produce. We provide the information in aggregate form to financial institutions so that they can respond to developing trends in terms of their business practices and in the type of information they provide to their customers.

Complaint procedures of financial institutions

All institutions are required to file their complaint procedures with FCAC. In addition, the banks must inform new customers of their complaint procedures when a person opens an account. In a recent mystery shopping exercise, we checked on the availability of information in bank branches about complaint procedures. We found that in about one case in five, the information was not readily available.

Since FCAC came into being, many institutions have been reviewing their complaint procedures, not only to improve the process for the consumer but also to gain a better understanding of the problems that occur. It is also desirable that institutions continue to set performance standards for their employees, prompting them to respond to consumer complaints.

All institutions are required to file their complaint procedures with FCAC. In addition, the banks must inform new customers of their complaint procedures when a person opens an account.



How FCAC processes a complaint

When someone contacts FCAC with a complaint, it is examined to determine whether it falls under the Agency's jurisdiction and whether it involves a possible contravention of the law. If research is required, the consumer will receive a call back within 48 hours.

Once the consumer's situation is understood and the jurisdiction established, the complainant is told of the options available. If the complaint involves a possible contravention of the law, an FCAC compliance officer contacts the consumer's financial institution to discuss the complaint. If further action is recommended, an officer may request factual information in writing from the consumer and the institution.

The consumer is also informed about the institution's procedures for dealing with complaints. If the matter is not under our mandate, we direct the consumer to the organization best equipped to deal with the issue.

Consumer provision complaints

FCAC investigates complaints related to all banks and to all federally registered or incorporated insurance and trust and loan companies. FCAC is not responsible for credit unions, finance companies, mutual fund dealers, securities dealers or other financial institutions that fall under provincial jurisdiction.

Federally regulated financial institutions must comply with federal consumer legislation. If a consumer thinks a financial institution has not met its lawful obligations, FCAC will investigate the matter.

Under the compliance framework, any federally regulated financial institution is also obliged to self-report to FCAC any customer complaint not resolved initially that involves a consumer provision. In such cases the institution is further required to inform consumers immediately about FCAC, so that they can contact us directly if they wish to.

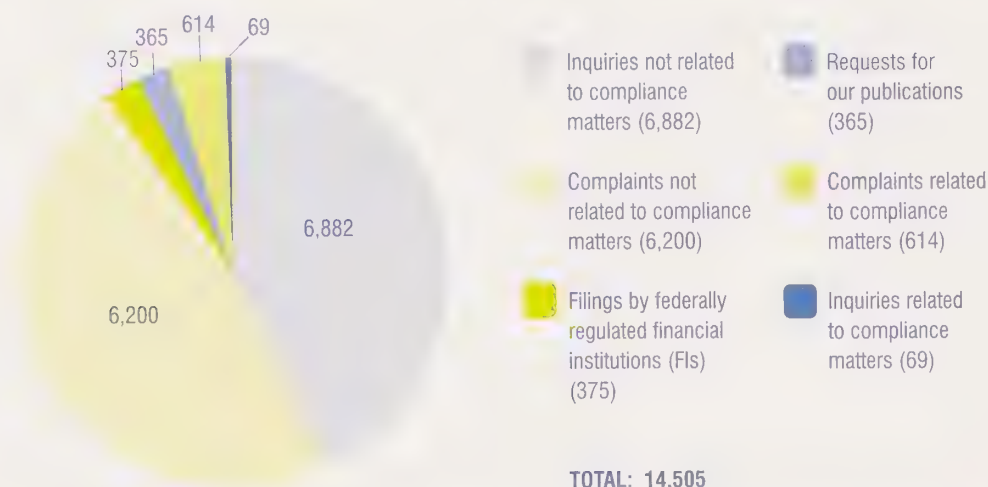
is seeking individual redress, FCAC provides information on the procedure used by the financial institution to handle such a case and directs the consumer to the department or individual in the institution dealing with this type of complaint.

Any consumer can file a complaint with FCAC about a contravention of a consumer provision. There is no cost involved. Consumers can call us toll-free at 1-866-461-3222 or e-mail us at info@fcac-acfc.gc.ca. Appendix B (p. 63) illustrates our complaint-handling process.

General complaints and inquiries overview

Chart 12 shows that FCAC received a total of 14,505 contacts in the past fiscal year. This figure includes requests for publications, filings, inquiries on compliance and non-compliance matters, complaints not related to compliance matters, and cases related to compliance matters.

Chart 12: Total contacts received by FCAC for fiscal year 2002-03, by topic



Any consumer can file a complaint with FCAC about a contravention of a consumer provision. There is no cost involved.

If, in addition to reporting a contravention of the consumer provisions to FCAC, a consumer

**Chart 13: Inquiries and complaints received excluding compliance matters,
by province or territory¹
(for fiscal year 2002–03)**

| Category | AB | BC | MB | NB | NL | NS | ON | PE | QC | SK | Terr. | Unknown ² | USA | Yearly total by category |
|---------------------------------------|--------------|--------------|------------|------------|------------|------------|--------------|-----------|--------------|------------|-----------|----------------------|-----------|--------------------------------|
| Accounts | 68 | 87 | 20 | 7 | 5 | 15 | 244 | 5 | 251 | 11 | 3 | 67 | 3 | 786 |
| Branch closures | 23 | 74 | 28 | 2 | 7 | 40 | 163 | 0 | 51 | 4 | 0 | 9 | 1 | 402 |
| Cheques | 62 | 35 | 23 | 4 | 0 | 9 | 129 | 0 | 137 | 9 | 4 | 30 | 0 | 442 |
| Complaint procedures | 6 | 12 | 2 | 2 | 0 | 0 | 28 | 0 | 11 | 3 | 0 | 6 | 0 | 70 |
| Credit cards | 202 | 212 | 89 | 30 | 25 | 54 | 589 | 7 | 555 | 56 | 3 | 125 | 5 | 1,952 |
| Debit cards | 5 | 6 | 2 | 3 | 0 | 5 | 27 | 0 | 48 | 0 | 0 | 2 | 0 | 98 |
| General inquiries | 511 | 290 | 195 | 77 | 66 | 126 | 787 | 21 | 879 | 116 | 6 | 180 | 25 | 3,279 |
| Insurance | 93 | 52 | 29 | 26 | 18 | 64 | 299 | 5 | 226 | 10 | 1 | 33 | 5 | 861 |
| Investments | 77 | 72 | 41 | 7 | 4 | 23 | 241 | 3 | 148 | 18 | 0 | 33 | 4 | 671 |
| Loans | 100 | 74 | 43 | 26 | 6 | 51 | 177 | 7 | 100 | 15 | 0 | 48 | 3 | 650 |
| Mortgages | 57 | 61 | 25 | 8 | 8 | 14 | 171 | 3 | 153 | 6 | 0 | 27 | 1 | 534 |
| Privacy | 24 | 34 | 12 | 5 | 3 | 6 | 91 | 1 | 36 | 7 | 1 | 9 | 0 | 229 |
| Quality of service | 105 | 94 | 44 | 15 | 8 | 47 | 340 | 3 | 173 | 26 | 2 | 42 | 3 | 902 |
| Service fees | 41 | 51 | 20 | 6 | 4 | 16 | 135 | 6 | 1,168 | 13 | 0 | 23 | 5 | 1,488 |
| Small/ medium-sized enterprises | 30 | 12 | 8 | 7 | 1 | 5 | 78 | 1 | 32 | 10 | 1 | 11 | 3 | 199 |
| Other ³ | 40 | 55 | 32 | 8 | 4 | 21 | 180 | 0 | 115 | 9 | 1 | 50 | 4 | 519 |
| Yearly total (prov./terr.) | 1,444 | 1,221 | 613 | 233 | 159 | 496 | 3,679 | 62 | 4,083 | 313 | 22 | 695 | 62 | 13,082 |

1 This chart also excludes requests for publications.

2 The province or territory was not indicated by the consumer.

3 Includes miscellaneous inquiries and complaints received regarding automated banking machines, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, interest rates, and tied selling.

Chart 13 indicates that FCAC received 13,082 inquiries and complaints, excluding compliance matters, during 2002–03. The majority were from

Ontario (28 percent) and Quebec (31 percent). Consumers from Alberta and British Columbia also contacted FCAC frequently.

Chart 14: Inquiries and complaints by type of financial institution regulated by FCAC, excluding compliance matters¹
(for fiscal year 2002–03)

| <i>Category</i> | <i>Banks</i> | <i>Life insurance companies</i> | <i>Loan companies</i> | <i>P&C² insurance companies</i> | <i>Trust companies</i> | <i>Yearly total by category</i> |
|--|--------------|---------------------------------|-----------------------|--|------------------------|---------------------------------|
| Accounts | 656 | 4 | 1 | 3 | 15 | 679 |
| Branch closures | 393 | 0 | 0 | 0 | 7 | 400 |
| Cheques | 358 | 0 | 0 | 0 | 4 | 362 |
| Complaint procedures | 51 | 3 | 0 | 7 | 2 | 63 |
| Credit cards | 1,756 | 2 | 5 | 2 | 8 | 1,773 |
| Debit cards | 76 | 0 | 0 | 0 | 1 | 77 |
| General inquiries | 804 | 76 | 4 | 26 | 55 | 965 |
| Insurance | 37 | 245 | 0 | 386 | 0 | 668 |
| Investments | 267 | 39 | 1 | 0 | 31 | 338 |
| Loans | 353 | 2 | 4 | 0 | 7 | 366 |
| Mortgages | 344 | 13 | 5 | 2 | 27 | 391 |
| Privacy | 132 | 14 | 0 | 2 | 4 | 152 |
| Quality of service | 648 | 25 | 1 | 8 | 27 | 709 |
| Service fees | 1,344 | 12 | 1 | 2 | 8 | 1,367 |
| Small/medium-sized enterprises | 138 | 1 | 3 | 0 | 1 | 143 |
| Other ³ | 320 | 12 | 2 | 2 | 12 | 348 |
| Total by federally regulated FI | 7,677 | 448 | 27 | 440 | 209 | 8,801 |

¹ This chart also excludes requests for publications.

² Property and casualty.

³ Includes miscellaneous inquiries and complaints received regarding automated banking machines, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, interest rates, and tied selling.

Chart 14 provides a breakdown of the types of inquiries and complaints, excluding compliance matters, received by FCAC. These are grouped by the types of financial institutions that FCAC regulates. The chart shows that 87 percent of all inquiries and complaints pertained to banks. Overall, FCAC received 8,801 inquiries and complaints about federally regulated financial institutions.

Chart 15 shows that FCAC received 6,882 general inquiries from consumers during 2002–03. Of this total, 2,968 related to general questions such as:

- whether various financial institutions were legitimate organizations;
- whether a particular financial institution was a member of the Canada Deposit Insurance Corporation and therefore whether deposits with it were insured;

- how to go about getting a student loan;
- how to obtain credit counselling advice;
- how to get a copy of a personal credit file; and
- where to get information on Canada Savings Bonds.

Many of the questions FCAC received related to credit cards. Consumers wanted to know how interest was calculated on their cards, how to cancel a credit card and how to apply for certain types of cards, such as secured cards. A significant number of consumers asked for assistance in understanding letters that described changes in their credit card fees.

Chart 15: General inquiries received, excluding compliance inquiries¹
(for fiscal year 2002–03)

| Category | Yearly total by category |
|--------------------------------|--------------------------|
| Accounts | 297 |
| Branch closures | 189 |
| Cheques | 183 |
| Complaint procedures | 59 |
| Credit cards | 1,368 |
| Debit cards | 39 |
| General inquiries | 2,968 |
| Insurance | 302 |
| Investments | 324 |
| Loans | 287 |
| Mortgages | 196 |
| Privacy | 88 |
| Quality of service | 99 |
| Service fees | 135 |
| Small/medium-sized enterprises | 81 |
| Other ² | 267 |
| Yearly total | 6,882 |

Many of the questions FCAC received last year related to credit cards. Consumers wanted to know how interest was calculated on their cards, how to cancel a credit card and how to apply for certain types of cards, such as secured cards.

¹ This chart also excludes requests for publications.

² Includes miscellaneous inquiries received regarding automated banking machines, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, interest rates, and tied selling.



Chart 16 outlines the types of complaints, excluding compliance matters, received by FCAC from consumers during 2002–03. Complaints about service fees represented about 22 percent of the 6,200 contacts. Three quarters of the complaints resulted from a letter-writing campaign initiated by Option consommateurs.

FCAC received a large number of complaints from consumers about the quality of service they had received when approaching financial institutions concerning investment products and personal loans. Consumers also complained about general problems with their bank accounts: missing funds, errors by branch staff and transaction delays caused by fund transfers between financial institutions.

Chart 16: Complaints excluding those related to consumer provisions
(for fiscal year 2002–03)

| Category | Yearly total by category |
|--------------------------------|--------------------------|
| Accounts | 489 |
| Branch closures | 213 |
| Cheques | 259 |
| Complaint procedures | 11 |
| Credit cards | 584 |
| Debit cards | 59 |
| General inquiries | 311 |
| Insurance | 559 |
| Investments | 347 |
| Loans | 363 |
| Mortgages | 338 |
| Privacy | 141 |
| Quality of service | 803 |
| Service fees | 1,353 |
| Small/medium-sized enterprises | 118 |
| Other ¹ | 252 |
| Yearly total | 6,200 |

¹ Includes complaints received regarding automated banking machines, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, interest rates, and tied selling.

**Chart 17: Inquiries and complaints received about credit cards,
excluding compliance matters**
(for fiscal year 2002–03)

| Category | Inquiries | Complaints | Yearly total by category |
|---|--------------|------------|-----------------------------|
| Applications ¹ /cancellations | 155 | 94 | 249 |
| Bill payments | 23 | 103 | 126 |
| Disclosure on credit cards | 1 | 3 | 4 |
| Fraud | 13 | 29 | 42 |
| Grace period (during which time consumer does not pay interest) | 3 | 6 | 9 |
| Insurance on credit card | 10 | 14 | 24 |
| Interest calculation | 15 | 42 | 57 |
| Solicitation by card issuer to get consumers to apply for card | 54 | 103 | 157 |
| Transfer of balance to another card | 4 | 17 | 21 |
| Other ² | 1,090 | 173 | 1,263 |
| Yearly total | 1,368 | 584 | 1,952 |

¹ Includes unwanted card applications.

² Other topics raised by consumers included: a change in the charges associated with a particular credit card; secure credit cards; re-activation of credit card numbers; stopping pre-authorized payments; requests for payment from collection agencies; and credit cards not accepted in certain countries.

With regard to credit complaints, consumers expressed frustration about being charged interest for late payments even though they had paid their credit card bill on or before the due date. They also complained about receiving unwanted credit card applications by mail, about being considered liable for unauthorized transactions on their credit card accounts and about problems in stopping pre-authorized payments.

With regard to insurance, consumers complained that their premiums for house and automobile insurance had increased significantly. They also complained about lengthy delays in having their insurance claims settled.

Charts 17 to 21 (pp. 41–44) examine in more detail the most common topics of inquiries and complaints not related to compliance. These had to do with credit cards (Chart 17), personal loans (Chart 18), mortgages (Chart 19), service fees (Chart 20) and quality of service (Chart 21).



Chart 18: Inquiries and complaints received about personal loans, excluding compliance matters
(for fiscal year 2002-03)

| Category | Inquiries | Complaints | Yearly total by category |
|---------------------------------|------------|------------|--------------------------|
| Collection of loan ¹ | 51 | 131 | 182 |
| Contract for loan | 23 | 23 | 46 |
| Interest calculation on loan | 10 | 21 | 31 |
| Refusal to grant a loan | 25 | 49 | 74 |
| Other ² | 178 | 139 | 317 |
| Yearly total | 287 | 363 | 650 |

1 Includes problems where clients were not advised that the unpaid loan had gone to the collection agency.

2 Other topics raised by consumers included: responsibilities of loan co-signers; debt consolidation; obtaining and repaying student loans; and loan accounts closed because of late loan payments.

With regard to personal loans, FCAC received several complaints from people who had co-signed a loan and were being held responsible for the outstanding balance when the primary borrower could not meet the repayment obligations.

With regard to personal loans (Chart 18), FCAC received several complaints from people who had co-signed a loan and were being held responsible for the outstanding balance when the primary borrower could not meet the repayment obligations. FCAC also received inquiries and

complaints from consumers who had been contacted by collection agencies about repaying a loan that had gone into arrears. The callers wanted to know what their rights were and how they should go about repaying the loan.

Chart 19: Inquiries and complaints received about mortgages, excluding compliance matters
(for fiscal year 2002-03)

| Category | Inquiries | Complaints | Yearly total by category |
|---|------------|------------|--------------------------|
| Applying for a mortgage | 13 | 20 | 33 |
| Collection/foreclosure | 16 | 45 | 61 |
| Discharge, transfer and administrative fees | 12 | 30 | 42 |
| Existing mortgage | 24 | 46 | 70 |
| Insurance | 12 | 26 | 38 |
| Penalty/differential/refinancing | 28 | 55 | 83 |
| Property taxes | 5 | 20 | 25 |
| Refusal to renew | 1 | 3 | 4 |
| Other ¹ | 85 | 93 | 178 |
| Yearly total | 196 | 338 | 534 |

1 Other topics raised by consumers included: reverse mortgages; using registered retirement savings plans for mortgage down payments; and Canada Mortgage and Housing Corporation fees.

Chart 19 shows the numerous consumer complaints received by FCAC about mortgage penalties. Consumers often did not understand why the estimate of the penalty charge increased between the time they first asked about it and the time they actually renegotiated their mortgage. They also wondered how the penalty was calculated.

Chart 20 shows that the majority of consumers who contacted us about service fees were complaining about ABM service fees. A number of these complaints were initiated as a result of the campaign by Option consommateurs.



The majority of consumers who contacted us about service fees were complaining about ABM service fees.

Chart 20: Inquiries and complaints received about service fees, excluding compliance matters
(for fiscal year 2002–03)

| Category | Inquiries | Complaints | Yearly total by category |
|--------------------------------|------------|--------------------|--------------------------|
| ABMs ¹ | 19 | 1,046 ² | 1,065 |
| Accounts | 30 | 76 | 106 |
| Credit cards | 14 | 41 | 55 |
| Debit cards | 18 | 13 | 31 |
| Investments | 13 | 72 | 85 |
| Small/medium-sized enterprises | 6 | 18 | 24 |
| Other ³ | 35 | 87 | 122 |
| Yearly total | 135 | 1,353 | 1,488 |

¹ Includes inquiries and complaints about financial institution–owned ABMs as well as privately owned ABMs.

² A number of these complaints were initiated as a result of a campaign undertaken by Option consommateurs.

³ Other topics raised by consumers included: fees on special transactions such as NSF charges; charges to non-customers for cashing personal cheques; and charges for drafts, money orders and wire transfers.

Chart 21 shows that, of the 902 inquiries and complaints received about quality-of-service issues, 803 were complaints. They accounted for 89 percent of the contacts under this category.

Some of the complaints related to:

- not being able to use 100-dollar bills in branches or stores;
- being harassed by a financial institution's collection department or by a collection agency for repayment of a loan;
- finding that the contents of a safety deposit box had been tampered with; and
- being unable to cash a money order without being a customer of an institution.

Chart 21: Inquiries and complaints received about quality of service, excluding compliance matters
(for fiscal year 2002-03)

| <i>Category</i> | <i>Inquiries</i> | <i>Complaints</i> | <i>Yearly total by category</i> |
|--------------------------------|------------------|-------------------|---------------------------------|
| Accounts | 12 | 100 | 112 |
| Credit cards | 6 | 61 | 67 |
| Errors/delays | 14 | 115 | 129 |
| Insurance | 3 | 19 | 22 |
| Investments | 9 | 100 | 109 |
| Personal loans | 2 | 74 | 76 |
| Mortgages | 6 | 37 | 43 |
| Small/medium-sized enterprises | 0 | 22 | 22 |
| Other ¹ | 47 | 275 | 322 |
| Yearly total | 99 | 803 | 902 |

¹ Other topics raised by consumers included: not being able to use 100-dollar bills; being harassed by an institution's collection department or by collection agencies; problems with contents of safety deposit boxes; and cashing money orders.

Financial statements

Financial highlights

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* created the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) on October 24, 2001. While FCAC's first annual report for the fiscal year 2001-02 covered only five months of operations, this annual report covers a full fiscal year.

FCAC is funded entirely by assessments paid by federally regulated financial institutions. Since most of the consumer provisions that FCAC oversees apply to banks, bank-related issues account for the bulk of the Agency's workload. Banks are therefore assessed more than 90 percent of FCAC's costs.

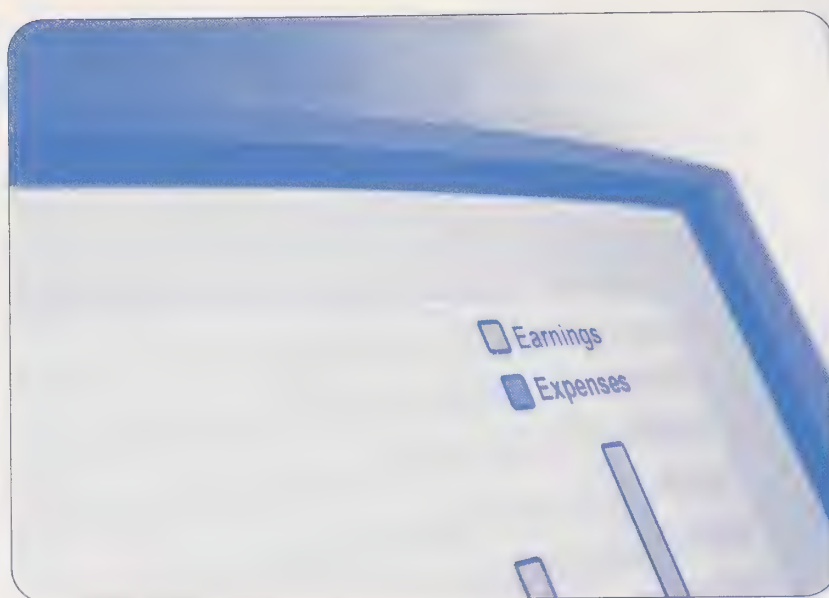
This year, the Office of the Auditor General of Canada was appointed by Order-in-Council as the auditor for FCAC. Its role is to audit the annual financial statements of FCAC and to report to the Minister of Finance on the results of the audit. The auditor's opinion is included on page 49 of this report.

In its report for this year, the Office of the Auditor General stated:

... these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at March 31, 2003 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.



This year, the Office of the Auditor General of Canada was appointed by Order-in-Council as the auditor for FCAC. Its role is to audit the annual financial statements of FCAC and to report to the Minister of Finance on the results of the audit.



Since FCAC is a small agency, we seek to achieve economies through the use of partnerships.

FCAC's expenses for the first full year of operations amounted to \$5.4 million. This amount was below the \$7.2 million projected in FCAC's Business Plan for the Year 2002-03. The difference is due primarily to the following factors:

- Because of workload priorities (e.g. a "mystery shopping" contract, and the writing and production of several new publications), certain activities were postponed to the next fiscal year, 2003-04.
- In the first full year of operations, FCAC adopted a targeted approach to its consumer education mandate. We did not implement a more aggressive communications plan that would have aimed for a higher public profile through the significant use of paid advertising. In contrast, FCAC was very successful in achieving extensive media coverage across Canada on issues of importance to consumers.

Since FCAC is a small agency, we seek to achieve economies through the use of partnerships. We contract out certain key services rather than creating and maintaining our own. FCAC has contracts in place with other, larger organizations for the provision of the following services:

- Human resources and financial administrative services are provided to FCAC by the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI).
- Informatics procurement and support, as well as communications services, are provided by Public Works and Government Services Canada (PWGSC).
- The Consumer Contact Centre (call centre) is a joint venture with the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC).

These partners have considerable experience in providing high-quality services. By working with OSFI and CDIC, FCAC is able to benefit from their knowledge and experience in dealing with the financial sector. For example, it has access to experienced call centre personnel and can use already established databases to determine assessment amounts.

During our first full year of operations (2002–03), we have better defined and established FCAC's program of activities and services in accordance with legislation and stakeholder expectations. Now that we are fully operational, we expect that our expenditures will match our planned budget of \$7.3 million for the fiscal year 2003–04. We will also be overseeing the introduction of new regulations governing access to banking services, and will be undertaking special examinations.

As we move forward with a credible and effective program to protect financial consumers and inform Canadians, we will continue to ensure the efficient use of our financial resources.

As we move forward with a credible and effective program to protect financial consumers and inform Canadians, we will continue to ensure the efficient use of our financial resources.

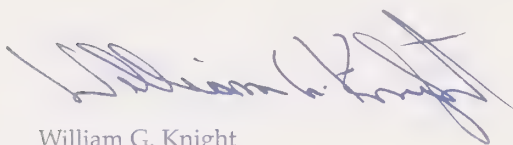


Management responsibility for financial statements

Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements, and their consistency with all other information contained in this annual report, rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgment, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices and information systems designed to provide reasonable assurance that assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations, as well as with FCAC policies and statutory requirements.

The Auditor General of Canada, the independent auditor for the Government of Canada, has audited the transactions and financial statements of FCAC, and reports on her audit to the Minister of Finance.



William G. Knight
Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada



Jim Callon
Deputy Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada
May 23, 2003



Auditor's Report

To the Minister of Finance

I have audited the statement of financial position of the Financial Consumer Agency of Canada as at March 31, 2003 and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at March 31, 2003 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

John Wiersema, CA
Assistant Auditor General
for the Auditor General of Canada

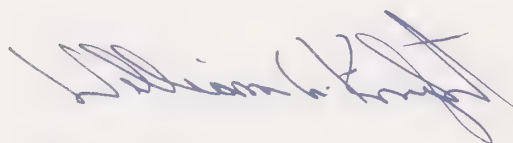
Ottawa, Canada
May 23, 2003

Statement of Financial Position

As at March 31

| | 2003 | 2002 |
|---|---------------------|----------------------|
| ASSETS | | |
| <i>Current</i> | | |
| Cash Entitlement | \$ 2,050,040 | \$ 4,507,326 |
| Assessments Receivable | 27,994 | 6,829,109 |
| Other Current Assets | 1,625 | — |
| Other Assets | 81,571 | 31,376 |
| <i>Capital Assets (note 5)</i> | 683,367 | 719,088 |
| Total Assets | \$ 2,844,597 | \$ 12,086,899 |
| LIABILITIES | | |
| <i>Current Liabilities</i> | | |
| Accounts Payable and Accrued Liabilities (notes 6, 7) | \$ 720,308 | \$ 1,289,067 |
| Unearned Revenue | 650,052 | 3,690,589 |
| Loan Payable (note 6) | 1,350,000 | 7,000,000 |
| <i>Employee Future Benefits</i> | 124,237 | 107,243 |
| Total Liabilities | \$ 2,844,597 | \$ 12,086,899 |
| <i>Equity of Canada</i> | — | — |
| TOTAL LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA | \$ 2,844,597 | \$ 12,086,899 |
| Commitments (note 8) | | |

Approved by:



William G. Knight
Commissioner, Financial Consumer Agency of Canada

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Statement of Operations and Equity of Canada

For the year ended March 31

| | 2003 | Unaudited (5 months — note 9) 2002 |
|--|------------------|--|
| REVENUE | | |
| Assessments | \$ 5,383,452 | \$ 3,297,772 |
| Total Revenue | 5,383,452 | 3,297,772 |
| EXPENSES | | |
| Salaries and Benefits (note 4) | 2,848,840 | 988,914 |
| Provision for Employee Future Benefits | 16,994 | 107,243 |
| Information Management / Information Technology Costs (note 7) | 611,526 | 834,796 |
| Professional Services (note 7) | 835,886 | 621,394 |
| Accommodation (notes 7, 8) | 616,611 | 522,135 |
| Interest | 101,950 | 61,449 |
| Travel | 88,669 | 19,159 |
| Other | 262,976 | 142,682 |
| Total Expenses | 5,383,452 | 3,297,772 |
| Net Operating Results | \$ — | \$ — |
| EQUITY OF CANADA | | |
| Equity of Canada, Beginning of Year | — | — |
| Equity of Canada, End of Year | \$ — | \$ — |

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Statement of Cash Flows

For the year ended March 31

| | 2003 | Unaudited (5 months — note 9) 2002 |
|---|---------------------|--|
| OPERATING ACTIVITIES | | |
| Net Operating Results | \$ — | \$ — |
| Non-Cash items included in net operating results | | |
| Amortization of Capital Assets (note 5) | 151,328 | 58,468 |
| Accrued Employee Future Benefits | 16,994 | 107,243 |
| Changes in working capital | | |
| Decrease / (Increase) in Assessments Receivable | 6,801,115 | (6,829,109) |
| (Increase) in Other Assets | (50,195) | (31,376) |
| (Increase) in Current Assets | (1,625) | — |
| (Decrease) / Increase in Accounts Payable and Accrued Liabilities | (568,759) | 1,289,067 |
| (Decrease) / Increase in Unearned Revenue | (3,040,537) | 3,690,589 |
| Cash Flow provided by / (used for) Operating Activities | 3,308,322 | (1,715,118) |
| INVESTING ACTIVITIES | | |
| Acquisition of Capital Assets | (115,607) | (777,556) |
| Cash Flows used for Investing Activities | (115,607) | (777,556) |
| FINANCING ACTIVITIES | | |
| New Borrowings during the year | 1,350,000 | 7,000,000 |
| Repayments during the year | (7,000,000) | — |
| Cash Flows (used for) / provided by Financing Activities | (5,650,000) | 7,000,000 |
| CASH ENTITLEMENT | | |
| (Decrease) / Increase During the Year | (2,457,285) | 4,507,326 |
| Balance, Beginning of Year | 4,507,326 | — |
| Balance, End of Year | \$ 2,050,040 | \$ 4,507,326 |

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Notes to the *financial statements*

For the year ended March 31, 2003

1. Authority and objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (the Act) came into force, establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC, or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. It must:

- a) **supervise** financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them;
- b) **promote** the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them;
- c) **monitor** the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers;
- d) **promote** consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them; and
- e) **foster** an understanding of financial services and issues relating to financial services, in cooperation with any department, agency or agency corporation of the Government of Canada, or of a province, financial institution, or consumer or other organization.

Section 18(3) of the Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are entirely funded through this process. No annual parliamentary appropriations are received by the Agency, and the Government of Canada made no initial investment in the Agency at start-up.

FCAC assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds from the Government of Canada as authorized under section 13.1 of the Act.

2. Summary of significant accounting policies

a) Basis of presentation

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. The Agency is entirely dependent on its assessments of financial institutions to fund its costs of operations, including those related to employee future benefits.

b) Revenue recognition

FCAC matches its revenue to its operating costs. Any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as current liabilities (unearned revenue) on the statement of financial position.

Assessments are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an accounting of the previous year's assessed costs against actual costs incurred. The assessment process is undertaken before December 31 in each year, in accordance with section 18(1) of the Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to fund its costs of operation.

c) Employee future benefits

i) Pension benefits

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Superannuation Plan (the Plan) administered by the Government of Canada. Both employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. The Agency's contribution amount is currently based on a multiple of employees'

required contributions, and may change over time depending on the experience of the Plan. These contributions represent the total pension obligations of the Agency and are charged to operations on a current basis. FCAC is not required under present legislation to make contributions with respect to any actuarial deficiencies of the Plan.

ii) Severance benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits is periodically actuarially determined and is accrued as employees render the services necessary to earn severance benefits.

The cost of the severance benefits is actuarially determined using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions, which represent management's best long-term estimates of factors such as future wage increases and employee resignation rates.

In those years where no actuarial review is performed, management prepares an estimate of the closing employee future benefits liability, based on the most recent actuarial report and current employee information.

d) Cash entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not deposit cash into or issue cheques from its own bank account. The financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund (CRF), a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

e) Assessments receivable

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

f) Capital assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset, as follows:

| <i>Asset class</i> | <i>Amortization period</i> |
|---------------------------|--|
| Office equipment | 4 years |
| Furniture and fixtures | 7 years |
| Informatics hardware | 3 years |
| Informatics software | 5 years |
| Leasehold improvements | lesser of useful life or term of the lease |

3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant item involving the use of estimates and assumptions is the Agency's allowance for employee future benefits. This liability was actuarially determined for the fiscal year ended March 31, 2002, and was estimated by management for the year ended March 31, 2003.

4. Benefits

FCAC recognized benefit costs in the amount of \$507,813 during the year in respect of employee benefits using a contribution rate of approximately 27.5 percent. The majority of this amount was in respect of pension benefits for employee participation in the Public Service Superannuation Plan.

5. Capital assets

| Category | Opening balance | Additions | Opening accumulated amortization | Amortization expense | Closing accumulated amortization | Closing balance |
|------------------------|--------------------|-------------------|--|-------------------------|--|--------------------|
| Leasehold improvements | \$ 361,654 | \$ 14,156 | \$ 33,898 | \$ 82,329 | \$ 116,227 | \$ 259,583 |
| Furniture and fixtures | 362,907 | 29,977 | 21,602 | 52,482 | 74,084 | 318,800 |
| Office equipment | 36,845 | — | 1,198 | 9,211 | 10,409 | 26,436 |
| Informatics hardware | 7,650 | — | 1,062 | 2,550 | 3,612 | 4,038 |
| Informatics software | 8,500 | 71,474 | 708 | 4,756 | 5,464 | 74,510 |
| Total | \$ 777,556 | \$ 115,607 | \$ 58,468 | \$ 151,328 | \$ 209,796 | \$ 683,367 |

6. Loan payable

FCAC funds its ongoing operations with cash advanced from the Consolidated Revenue Fund. The terms and conditions of the loan agreement for funds advanced as at March 31, 2003, together with comparatives for the preceding year, are as follows:

| | | |
|-------------------|---------------|-----------------------|
| Principal amount: | \$1,350,000 | (2002 — \$7,000,000) |
| Maturity date: | Feb. 21, 2004 | (2002 — May 19, 2002) |
| Interest rate: | 3.38% | (2002 — 2.39%) |

Interest is due upon maturity, and is recorded in Accounts Payable and Accrued Liabilities.

7. Related party transactions

FCAC is related in terms of common ownership to all Government of Canada departments and Crown corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with other government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The details of these transactions are not set out below.

The following tables summarize the impact of the Agency's significant related-party transactions for the year on total expenses. The transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

| Expenses | | 2003 | 2002 (Unaudited — 5 months) |
|----------|--|------------|--------------------------------|
| PWGSC | — Information Management / Information Technology | \$ 557,500 | \$ 700,000 |
| PWGSC | — Accommodation | \$ 458,803 | \$ 450,849 |
| CDIC | — Professional Services (Call Centre Administration) | \$ 246,496 | \$ 134,576 |
| OSFI | — Professional Services (Human Resources Services) | \$ 98,232 | \$ 182,131 |
| OSFI | — Professional Services (Financial Services) | \$ 102,060 | \$ 53,287 |

At the end of the year, amounts due to the above related parties are as follows:

| Accounts payable | | 2003 | 2002 |
|------------------|--|------------|------------|
| PWGSC | — Information Management / Information Technology | \$ 136,000 | \$ 700,000 |
| PWGSC | — Accommodation | \$ — | \$ — |
| CDIC | — Professional Services (Call Centre Administration) | \$ 82,103 | \$ 71,000 |
| OSFI | — Professional Services (Human Resources Services) | \$ 8,489 | \$ — |
| OSFI | — Professional Services (Financial Services) | \$ 8,820 | \$ — |

8. Commitments

Contractual commitments arising from service agreements entered into with various departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency, as well as future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space are outlined below.

| Year ending March 31 | Service agreements | Operating lease | Total |
|----------------------|--------------------|------------------|--------------------|
| 2004 | \$746,288 | \$291,347 | \$1,037,635 |
| 2005 | 92,264 | 291,347 | 383,611 |
| 2006 | 93,417 | 291,347 | 384,764 |
| Total | \$931,969 | \$874,041 | \$1,806,010 |

9. Comparative figures

The comparative figures reflect the results of operations and the cash flows of the Agency during the five-month period beginning October 24, 2001, and ending March 31, 2002. These comparative figures are unaudited.

Appendix A: Glossary

Adherence (to a voluntary code of conduct or public commitment)

After investigation of a complaint, a finding by the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) that actions of the financial institution concerned are consistent with that institution's voluntary code of conduct or public commitment governing such actions.

Case

A file opened by FCAC's Compliance and Industry Relations Branch on a compliance matter, such as an alleged contravention of a consumer provision, code of conduct or public commitment. Circumstances surrounding the matter are reviewed and assessed by the Branch.

Closed case

Compliance case investigated by FCAC and concluded by March 31.

Code of conduct

A code adopted by a financial institution or an industry association and made publicly available (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution or association. FCAC monitors adherence by federally regulated financial institutions to their voluntary codes of conduct.

Coercive tied selling

The action of coercing or imposing undue pressure on a person to obtain a product or service from a particular person, bank or affiliate as a condition for obtaining another product or service from that same source.

Complaint-handling procedure

Procedure that each federally regulated financial institution is required by law to put into place for dealing with complaints made by persons who have requested or received products or services from that institution.

Compliance Agreement

Agreement entered into by the Commissioner and a financial institution, specifying corrective measures designed to further compliance with the consumer provisions and setting out a time frame for implementation of such measures.

Consumer provision

A provision of federal legislation/regulations identified as a consumer provision in section 2 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. Contravention of such a provision constitutes a violation.

Examination, annual

An examination conducted by FCAC once in each calendar year for the purpose of satisfying the Commissioner that a financial institution is in general compliance with the consumer provisions applicable to that institution.

Examination, special

An examination conducted by FCAC, as circumstances require, for the purpose of satisfying the Commissioner that a financial institution is complying with specific consumer provisions applicable to that institution.

Filing

A document that a federally regulated financial institution is required by legislation (*Bank Act*, *Cooperative Credit Associations Act*, *Insurance Companies Act*, and *Trust and Loan Companies Act*) to submit to FCAC.

Letter of Reprimand

An administrative measure, provided for in FCAC's compliance framework. May be used in cases where a violation by a financial institution involves an isolated problem and has limited impact on the consumer, but where a Notice of Violation is not required. In a letter sent to the institution, the Commissioner notes the violation and confirms that proper corrective action has been taken.

Non-adherence

After investigation by FCAC, a determination that a complaint has merit and that the actions of a particular financial institution do not comply with the terms of a voluntary code of conduct or a public commitment applicable to that institution.

Notice of Violation

A notice provided for by law and issued by the Commissioner, informing a financial institution that it has violated a consumer provision. The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the notice to state the name of the institution that committed the violation, the nature of the violation and the amount of the administrative monetary penalty levied against the institution by FCAC. The Commissioner may also publicize the violation.

Opened complaint

Complaint entered into FCAC's tracking system.

Pending case

Compliance case still under investigation by FCAC as of March 31.

Public Accountability Statement

A statement that each large financial institution is required by law to publish annually and file with the FCAC Commissioner. It describes the contributions made by that institution to Canada's economy and society.

Public commitment

A commitment made publicly by a financial institution or an industry association (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution or association. FCAC monitors adherence by federally regulated financial institutions to their public commitments.

Self-reported complaint

A complaint involving a consumer provision, escalated by a financial institution to the reportable level of that institution's complaint-handling procedure. FCAC's compliance framework requires federally regulated financial institutions to inform the Agency of any reportable complaint (as defined in the framework) that involves a consumer provision.

Violation

The contravention of a consumer provision, as defined by the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations*.

Withdrawn case

A case on which action has been discontinued, either because the consumer who lodged the complaint has requested that FCAC not proceed any further with its investigation *or* because the consumer did not respond to FCAC's attempts to contact him or her in order to continue its investigation.

Appendix B: FCAC case management process

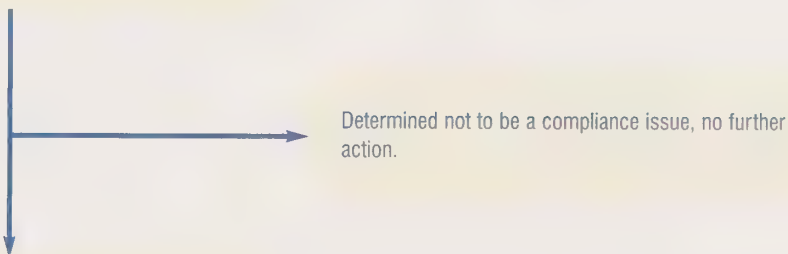
Process

Potential outcomes

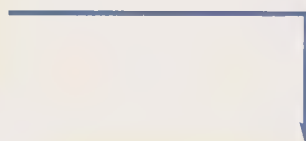
1. Complaint received by or reported to FCAC is entered into the case/inquiry tracking system.
2. Complainant also advised of financial institution's complaint-handling procedure.
3. Case assigned to compliance officer.
4. Contact made with financial institution to clarify issue.



5. Compliance officer requests more detailed information from complainant and financial institution.



6. Compliance officer reports findings to the Commissioner. Copy of report is sent to financial institution for comment.



Compliance options:

- Letter of Reprimand
- Compliance Agreement
- Notice of Violation
- Administrative Penalty

Appendix C: Consumer provisions and regulations

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following legislation:

- the *Bank Act*;
- the *Insurance Companies Act*;
- the *Trust and Loan Companies Act*; and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

The following table summarizes the legislated consumer provisions that the Agency administers, and the types of federally regulated financial institutions affected by each provision.

| Type of consumer provisions | Banks | Trust and loan companies | Insurance companies | Retail associations |
|--|-------|--------------------------|---------------------|---------------------|
| Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts | X | X | | X |
| Requirement to disclose the cost of borrowing | X | X | X | X |
| Requirement to have procedures for protecting customer information (no regulations in effect) | X | X | X | X |
| Requirement to open retail deposit accounts (to be in effect September 2003) | X | | | |
| Requirement to provide notice that deposits are not insured when bank is not a member of CDIC | X | | | |
| Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect) <i>Note: Instead of a regulatory approach to bring this provision into effect, the seven major banks have voluntarily committed to providing a low-cost account within guidelines established by the government.</i> | X | | | |
| Within 14 days of opening a retail deposit account by telephone, consumer's right to close the account without charge | X | X | | X |
| Prohibition on charging for cashing government cheques | X | X | | X |
| Obligation to cash government cheques under \$1,500, as specified by regulation (to be in effect September 2003) | X | | | |
| Requirement to provide notice before closing a retail branch | X | X | | X |
| Requirement for large institutions (with equity of \$1 billion or more) to file Public Accountability Statements | X | X | X | |

| Type of consumer provisions | Banks | Trust and loan companies | Insurance companies | Retail associations |
|--|-------|-----------------------------|------------------------|------------------------|
| Requirement to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with FCAC | X | X | X | X |
| Requirement to join a separate complaints resolution organization | | X | X | X |
| Restriction concerning coercive tied selling | X | | | |
| Requirements to disclose information to consumers as required by regulation (e.g. regulations on index-linked deposits, holds-on-cheques policies) | X | X | X | X |
| Consumers' right to prepay loans | X | X | X | X |
| Institution to provide information about FCAC when consumers have complaints about the institution's compliance with consumer provisions | X | X | X | X |

| Related matters | Banks | Trust and loan companies | Insurance companies | Retail associations |
|--|-------|-----------------------------|------------------------|------------------------|
| Requirement for FCAC to monitor industry codes of conduct and public commitments (e.g. codes dealing with debit cards or with small and medium-sized businesses) | X | X | X | X |
| Requirement for FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention | X | X | X | X |
| Requirement for institutions to provide information to the Commissioner as necessary | X | X | X | X |
| Requirement for annual compliance examination and reporting | X | X | X | X |
| Ability to enter into compliance agreements | X | X | X | X |
| Requirement to pay assessments for funding of FCAC | X | X | X | X |
| Ability to designate contraventions that are subject to administrative penalties | X | X | X | X |

Appendix D: Status of consumer provision regulations

as of March 31, 2003

| Name of regulations | Status | Reference No. |
|---|----------|--|
| Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations | in force | SOR/2002-39 |
| Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations | in force | SOR/2001-370 |
| Complaint Information (Banks) Regulations | in force | SOR/2001-371 |
| Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations | in force | SOR/2001-373 |
| Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations | in force | SOR/2001-372 |
| Complaint Information (Retail Associations) Regulations | in force | SOR/2001-374 |
| Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations | in force | SOR/2001-375 |
| Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations | in force | SOR/2002-262 |
| Cost of Borrowing (Banks) Regulations | in force | SOR/2001-101 |
| Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations | in force | SOR/2001-102 |
| Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations | in force | SOR/2001-103 |
| Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations | in force | SOR/2002-263 |
| Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations | in force | SOR/2001-104 |
| Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations | in force | SOR/99-278 |
| Disclosure of Charges (Banks) Regulations | in force | SOR/92-324 |
| Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations | pending | |
| Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations | in force | SOR/1999-272, as amended by SOR/2001-468 |
| Disclosure of Interest (Banks) Regulations | in force | SOR/1992-321, as amended by SOR/2001-469 |
| Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations | pending | |
| Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations | in force | SOR/1992-322, as amended by SOR/2001-470 |
| Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations | in force | SOR/2001-471 |
| Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations | in force | SOR/2001-472 |
| Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations | pending | |
| Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations | in force | SOR/2001-473 |

| Name of regulations | Status | Reference No. |
|--|----------|---|
| Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations | in force | SOR/2001-474 |
| Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations | in force | SOR/2002-101 |
| Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations | in force | SOR/2002-102 |
| Notice of Branch Closure (Banks) Regulations | in force | SOR/2002-104, as amended by SOR/2003-70 |
| Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations | in force | SOR/2002-105, as amended by SOR/2003-70 |
| Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations | in force | SOR/2002-106, as amended by SOR/2003-70 |
| Notices of Uninsured Deposits Regulations | in force | SOR/99-388, as amended by SOR/2002-338 |
| Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations | in force | SOR/2002-133 |

List of charts

| No. | Title | Page |
|------------|--|-------------|
| 1 | Media mentions by topic, April 1, 2002–March 31, 2003 | 13 |
| 2 | Distribution of FCAC information materials, April 1, 2002–March 31, 2003 | 14 |
| 3 | Total contacts received by FCAC for fiscal year 2002–03, by source | 17 |
| 4 | FCAC Web site statistics by year | 18 |
| 5 | Compliance matters relating to consumer provisions and codes of conduct | 20 |
| 6 | Total compliance contacts received (since FCAC was established October 24, 2001) | 29 |
| 7 | Total filings received from financial institutions (since FCAC was established October 24, 2001) | 29 |
| 8 | Compliance cases closed relating to consumer provisions by type of disposition, as of fiscal year end (March 31, 2003) | 30 |
| 9 | Compliance cases closed where action was taken, as of fiscal year end (March 31, 2003) | 32 |
| 10 | Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments by type of disposition, as of fiscal year end (March 31, 2003) | 33 |
| 11 | Matters related to branch closures (for fiscal year 2002–03) | 33 |
| 12 | Total contacts received by FCAC (for fiscal year 2002–03), by topic | 36 |
| 13 | Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by province or territory (for fiscal year 2002–03) | 37 |
| 14 | Inquiries and complaints by type of financial institution regulated by FCAC, excluding compliance matters (for fiscal year 2002–03) | 38 |
| 15 | General inquiries received excluding compliance inquiries (for fiscal year 2002–03) | 39 |
| 16 | Complaints excluding those related to consumer provisions (for fiscal year 2002–03) | 40 |
| 17 | Inquiries and complaints received about credit cards, excluding compliance matters (for fiscal year 2002–03) | 41 |
| 18 | Inquiries and complaints received about personal loans, excluding compliance matters (for fiscal year 2002–03) | 42 |
| 19 | Inquiries and complaints received about mortgages, excluding compliance matters (for fiscal year 2002–03) | 42 |
| 20 | Inquiries and complaints received about service fees, excluding compliance matters (for fiscal year 2002–03) | 43 |
| 21 | Inquiries and complaints received about quality of service, excluding compliance matters (for fiscal year 2002–03) | 44 |

Liste des figures

No **Titre** **Page**

| | | |
|----|---|----|
| 1 | Mentions par les médias, par sujets, du 1 ^{er} avril 2002 au 31 mars 2003 | 13 |
| 2 | Distribution des documents d'information de l'ACFC, du 1 ^{er} avril 2002 au 31 mars 2003 | 14 |
| 3 | Nombre total de communications destinées à l'ACFC (pour l'exercice 2002-2003), par sources | 17 |
| 4 | Statistiques concernant le site Web de l'ACFC, selon l'année | 18 |
| 5 | Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs et aux codes de conduite | 20 |
| 6 | Nombre total de communications reçues à propos de la conformité (depuis la création de l'ACFC le 24 octobre 2001) | 29 |
| 7 | Nombre total de documents déposés par les institutions financières (depuis la création de l'ACFC le 24 octobre 2001) | 29 |
| 8 | Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux dispositions visant les consommateurs, par types de disposition, à la fin de l'exercice (31 mars 2003) | 30 |
| 9 | Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, à la fin de l'exercice (31 mars 2003) | 32 |
| 10 | Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, par types de disposition, à la fin de l'exercice (31 mars 2003) | 33 |
| 11 | Questions relatives aux fermetures de succursales (pour l'exercice 2002-2003) | 33 |
| 12 | Nombre total de communications destinées à l'ACFC (pour l'exercice 2002-2003), par sujets | 36 |
| 13 | Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la province ou le territoire (pour l'exercice 2002-2003) | 37 |
| 14 | Demandes de renseignements et plaintes selon le type d'institution financière réglementée par l'ACFC, à l'exclusion des questions de conformité (pour l'exercice 2002-2003) | 38 |
| 15 | Demandes de renseignements généraux reçues sur des questions autres que la conformité (pour l'exercice 2002-2003) | 39 |
| 16 | Plaintes à l'exception de celles relatives aux dispositions visant les consommateurs (pour l'exercice 2002-2003) | 40 |
| 17 | Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des cartes de crédit, à l'exclusion des questions de conformité (pour l'exercice 2002-2003) | 41 |
| 18 | Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des prêts personnels, à l'exclusion des questions de conformité (pour l'exercice 2002-2003) | 42 |
| 19 | Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des hypothèques, à l'exclusion des questions de conformité (pour l'exercice 2002-2003) | 42 |
| 20 | Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des frais de service, à l'exclusion des questions de conformité (pour l'exercice 2002-2003) | 43 |
| 21 | Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet de la qualité du service, à l'exclusion des questions de conformité (pour l'exercice 2002-2003) | 44 |

| Titre des règlements | État | N° de référence |
|--|------------|---|
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | DORS/2001-473 |
| Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada) | En vigueur | DORS/2001-474 |
| Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada) | En vigueur | DORS/2002-101 |
| Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indicatifs | En vigueur | DORS/2002-102 |
| Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques) | En vigueur | DORS/2002-104, modifié par DORS/2003-70 |
| Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit) | En vigueur | DORS/2002-105, modifié par DORS/2003-70 |
| Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | DORS/2002-106, modifié par DORS/2003-70 |
| Règlement sur les avis relatifs aux dépôts non assurés | En vigueur | DORS/99-388, modifié par DORS/2002-338 |
| Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | DORS/2002-133 |

Annexe D : Etat des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs

au 31 mars 2003

| Titre des règlements | État | N° de référence |
|----------------------|------|-----------------|
|----------------------|------|-----------------|

| | | |
|---|------------|--|
| Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques (banques) | En vigueur | DORS/2002-39 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées) | En vigueur | DORS/2001-370 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques) | En vigueur | DORS/2001-371 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes) | En vigueur | DORS/2001-373 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères) | En vigueur | DORS 2001-372 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail) | En vigueur | DORS/2001-374 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | DORS/2001-375 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (banques étrangères autorisées) | En vigueur | DORS/2002-262 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (banques) | En vigueur | DORS/2001-101 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes) | En vigueur | DORS/2001-102 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères) | En vigueur | DORS/2001-103 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (associations de détail) | En vigueur | DORS/2002-263 |
| Règlement sur le coût d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | DORS/2001-104 |
| Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées) | En vigueur | DORS/99-278 |
| Règlement sur la communication des frais (banques) | En vigueur | DORS/92-324 |
| Règlement sur la communication des frais (associations de détail) | À venir | |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées) | En vigueur | DORS/1999-272, modifié par DORS/2001-468 |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (banques) | En vigueur | DORS/1992-321, modifié par DORS/2001-469 |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail) | À venir | |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt) | En vigueur | DORS/1992-322, modifié par DORS/2001-470 |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées) | En vigueur | DORS 2001-471 |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques) | En vigueur | DORS 2001-472 |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail) | À venir | |

| Types de dispositions visant les consommateurs | | | | Questions connexes | | | |
|--|-----------------------|------------------------|---------|--------------------------------|-----------------------|------------------------|---------|
| Sociétés de fiducie et de prêt | Sociétés d'assurances | Associations de détail | Banques | Sociétés de fiducie et de prêt | Sociétés d'assurances | Associations de détail | Banques |
| Obligation des institutions d'encaisser les chèques du gouvernement d'un montant inférieur à 1 500 \$, comme le prescrit le règlement (en vigueur en septembre 2003) | | | X | | | | |
| Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail | | X | X | | | | |
| Obligation des grandes institutions (capitaux propres de 1 milliard de dollars ou plus) de déposer des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité | | | X | | X | | |
| Obligation des institutions de se doter d'une procédure de traitement des plaintes et d'en déposer copie à l'ACFC | | X | X | | X | | |
| Obligation des institutions d'adhérer à un organisme distinct de règlement des plaintes | | X | | | X | | |
| Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition | | | X | | | | |
| Obligation des institutions de divulguer de l'information aux consommateurs, comme le prescrit le règlement (par exemple, le règlement sur les dépôts indexés et les politiques concernant la retenue sur les chèques) | | X | X | | X | | |
| Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation | | X | X | | X | | |
| Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant le degré de conformité de l'institution aux dispositions visant les consommateurs | | | X | | X | | |
| Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics de l'industrie (par exemple, les codes concernant les cartes de débit ou les petites et moyennes entreprises) | | | X | | | X | |
| Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement, chaque année, du nombre de plaintes portées à son attention et de leur nature | | | X | | X | | |
| Obligation des institutions de fournir de l'information au commissaire au besoin | | | X | | X | | |
| Obligation de mener, chaque année, un examen de conformité et d'établir un rapport | | | X | | X | | |
| Capacité à conclure des ententes de conformité | | | X | | X | | |
| Obligation de verser des cotisations pour financer les activités de l'ACFC | | | X | | X | | |
| Capacité à désigner les contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives | | | X | | X | | |

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- Le tableau qui suit résume les dispositions législatives visant les consommateurs que l'Agence met à exécution ainsi que les types d'institutions financières fédérales assujetties à chaque disposition.

Communiquer avec les Canadiens ■ Rapport annuel de l'ACFC 2002-2003

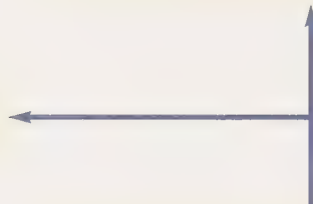
Annexe B : Processus de gestion des cas de l'ACFC

Résultats éventuels

Processus

1. La plainte présentée ou rapportée à l'ACFC est versée dans le système de suivi des dossiers et des demandes de renseignements.
2. Le plaignant est aussi informé de la procédure de traitement des plaintes de l'institution financière.
3. Le dossier est attribué à un agent de conformité.
4. On communique avec l'institution financière pour clarifier la question.

Aucune question liée à la conformité n'est décelée.

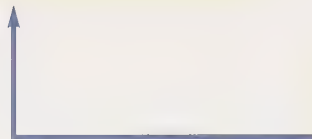


5. L'agent de conformité demande au plaignant et à l'institution financière de lui fournir des renseignements plus détaillés.



Il ne s'agit pas d'une question liée à la conformité; aucune autre mesure n'est prise.

6. L'agent de conformité fait part de ses constatations au commissaire. Une copie du rapport est envoyée à l'institution financière en vue d'obtenir ses commentaires.



- Options du commissaire :
- lettre de réprimande;
 - entente de conformité;
 - procès-verbal de violation;
 - sanction administrative.

Respect (d'un code de conduite volontaire ou d'un engagement public)

À l'issue d'une enquête menée relativement à une plainte par l'ACFC, les mesures prises par une institution financière sont jugées compatibles avec le code de conduite volontaire de l'institution ou l'engagement public présidant aux mesures prises.

Retrait

Retrait d'un cas parce que le consommateur a demandé à l'ACFC de ne pas poursuivre son enquête relativement à la plainte ou parce que le consommateur n'a pas donné suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec lui pour poursuivre son enquête.

Violation

Contravention à une disposition visant les consommateurs définie au sens du Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada).

Vente liée avec coercition

Pratique soumettant un particulier à des pressions injustifiées ou des mesures coercitives afin de l'obliger à acquiescer à un produit ou un service auprès d'une personne, d'une banque ou d'une société affiliée en échange d'un autre produit ou service de cette même source.

Entente de conformité

Entente conclue entre le commissaire et une institution financière, précisant des mesures correctives et établissant un échéancier pour leur mise en œuvre, dans le but de favoriser le respect des dispositions visant les consommateurs.

Examen (annuel)

Examen mené par l'ACFC, une fois par année civile, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme de manière générale aux dispositions visant les consommateurs qui lui sont applicables.

Examen (spécial)

Examen mené par l'ACFC, lorsque les circonstances l'exigent, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme à des dispositions spécifiques visant les consommateurs, qui lui sont applicables.

Lettre de réprimande

Mesure administrative, prévue dans le Cadre de conformité de l'ACFC, qui peut être prise lorsqu'une violation commise par une institution financière se rapporte à un problème isolé et a des répercussions limitées sur le consommateur, mais n'exige pas de procès-verbal de violation. Le commissaire prend note de la violation et confirme, au moyen d'une lettre adressée à l'institution financière en cause, que des mesures correctives acceptables ont été mises en œuvre.

Non-respect

À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que la plainte est fondée et que les mesures prises par l'institution financière en cause ne respectent pas les conditions du code de conduite volontaire qui lui est applicable ou d'un engagement public qu'elle a pris.

Plainte à signaler

Plainte relative à une disposition visant les consommateurs transmise par l'institution financière à l'échelon « à signaler » de la procédure de traitement des plaintes de l'institution. Le Cadre de conformité de l'ACFC exige que les institutions financières sous réglementation fédérale informent l'Agence de toute plainte à signaler (selon la définition énoncée dans le Cadre) liée à une disposition visant les consommateurs.

Procédure de traitement des plaintes

Procédure que les institutions financières sous réglementation fédérale sont tenues de mettre en place, en vertu de la loi, pour traiter les plaintes qui leur sont présentées par des particuliers ayant demandé ou reçu des produits ou des services de leur institution.

Procès-verbal de violation

Procès-verbal prescrit par la loi et dressé par le commissaire pour informer l'institution financière en cause qu'elle a violé une disposition visant les consommateurs. En vertu de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, l'institution qui a commis la violation, la nature de la violation et le montant de la sanction administrative pécuniaire imposée par l'ACFC. Le commissaire peut aussi publier la nature de la violation.

Annexe A : Glossaire

Code de conduite

Code adopté par une institution financière ou une association de l'industrie et rendu public (par exemple dans son site Web), conçu pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'Agence du Canada (ACFC) surveille le respect des codes de conduite volontaires des institutions financières sous réglementation fédérale.

Déclaration sur les responsabilités

envers la collectivité

Déclaration que les grandes institutions financières sont tenues de publier chaque année en vertu de la loi. Elles doivent en remettre une copie au commissaire de l'ACFC. La déclaration expose leur contribution à l'économie et à la société canadiennes.

Disposition visant les consommateurs

Disposition d'une loi ou d'un règlement fédéral définie comme étant une disposition visant les consommateurs en vertu de l'article 2 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Une infraction à une telle disposition constitue une violation.

Documents déposés

Document dont une institution financière sous réglementation fédérale doit déposer copie à l'ACFC aux termes de la loi (Loi sur les banques, Loi sur les associations coopératives de crédit, Loi sur les sociétés d'assurances et Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt).

Engagement public

Engagement public pris par une institution financière ou une association de l'industrie (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille le respect des engagements publics des institutions financières sous réglementation

Dossier ouvert

Plainte pour laquelle un dossier a été ouvert et versé dans le système de suivi de l'ACFC.

Dossier fermé

Cas de conformité ayant fait l'objet d'une enquête par l'ACFC et dont le dossier était fermé au 31 mars.

Dossier en suspens

Cas de conformité qui fait toujours l'objet d'une enquête par l'ACFC au 31 mars.

Dossier

Dossier ouvert par la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC relativement à une question de conformité comme l'infraction présumée à une disposition visant les consommateurs, un code de conduite ou un engagement public. La Direction se charge de l'examen et de l'évaluation des circonstances se rapportant à la question de conformité.

8. Engagements

Le tableau qui suit fait état des engagements contractuels découlant des conventions de services conclues par l'Agence avec divers ministères et une société d'État pour obtenir des services importants, ainsi que des paiements minimaux exigibles d'ici l'échéance du bail contracté par l'Agence pour ses locaux à bureaux.

| Exercice terminé le 31 mars | Conventions de services | Location-exploitation | Total |
|-----------------------------|-------------------------|-----------------------|--------------|
| 2004 | 746 288 \$ | 291 347 \$ | 1 037 635 \$ |
| 2005 | 92 264 | 291 347 | 383 611 |
| 2006 | 93 417 | 291 347 | 384 764 |
| Total | 931 969 \$ | 874 041 \$ | 1 806 010 \$ |

9. Données comparatives

Les données comparatives traduisent les résultats des activités et les flux de trésorerie de l'Agence constatés pendant la période de cinq mois allant du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002. Ces données comparatives n'ont pas été vérifiées.

En outre, l'ACFC effectue des opérations avec d'autres entités du gouvernement dans le cours normal de ses activités et selon les conditions commerciales usuelles qui s'appliquent à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Ces opérations ne sont pas détaillées ci-dessous.

Le tableau qui suit résume l'incidence des opérations importantes entre entités apparentées de l'Agence pour l'année sur les dépenses totales. Ces opérations sont mesurées d'après la valeur d'échange, c'est-à-dire la contrepartie établie et convenue par les entités apparentées.

| Dépenses | | 2003 | 2002 (Non vérifié — 5 mois) |
|----------|---|------------|--------------------------------|
| TPSGC | — Gestion et technologie de l'information | 557 500 \$ | 700 000 \$ |
| TPSGC | — Locaux | 458 803 \$ | 450 849 \$ |
| SADC | — Services professionnels (gestion du centre d'appels) | 246 496 \$ | 134 576 \$ |
| BSIF | — Services professionnels (services en ressources humaines) | 98 232 \$ | 182 131 \$ |
| BSIF | — Services professionnels (services financiers) | 102 060 \$ | 53 287 \$ |

À la fin de l'année, les montants dus aux entités apparentées susmentionnées sont les suivants :

| Créditeurs | | 2003 | 2002 |
|------------|---|------------|------------|
| TPSGC | — Gestion et technologie de l'information | 136 000 \$ | 700 000 \$ |
| TPSGC | — Locaux | — \$ | — \$ |
| SADC | — Services professionnels (gestion du centre d'appels) | 82 103 \$ | 71 000 \$ |
| BSIF | — Services professionnels (services en ressources humaines) | 8 489 \$ | — \$ |
| BSIF | — Services professionnels (services financiers) | 8 820 \$ | — \$ |

5. Immobilisations

| Catégorie | Solde d'ouverture | Ajouts | Amortissement cumulé d'ouverture | Charge d'amortissement | Amortissement cumulé de fermeture | Solde de fermeture |
|-------------------------|-------------------|-------------------|----------------------------------|------------------------|-----------------------------------|--------------------|
| Améliorations locales | 361 654 \$ | 14 156 \$ | 33 898 \$ | 82 329 \$ | 116 227 \$ | 259 583 \$ |
| Mobilier et accessoires | 362 907 | 29 977 | 21 602 | 52 482 | 74 084 | 318 800 |
| Matériel de bureau | 36 845 | — | 1 198 | 9 211 | 10 409 | 26 436 |
| Matériel informatique | 7 650 | — | 1 062 | 2 550 | 3 612 | 4 038 |
| Logiciels | 8 500 | 71 474 | 708 | 4 756 | 5 464 | 74 510 |
| Total | 777 556 \$ | 115 607 \$ | 58 468 \$ | 151 328 \$ | 209 796 \$ | 683 367 \$ |

6. Prêt exigible

L'ACFC finance ses opérations courantes au moyen de fonds provenant du Trésor. Au 31 mars 2003, les conditions de l'accord de prêt étaient les suivantes, comparativement à l'exercice antérieur :

| Principal | Date d'échéance | Taux d'intérêt |
|-----------------------|----------------------|-----------------|
| 1 350 000 \$ | 21 février 2004 | 3,38 % |
| (2002 — 7 000 000 \$) | (2002 — 19 mai 2002) | (2002 — 2,39 %) |

L'intérêt est exigible à la date d'échéance et il est comptabilisé au titre des comptes créditeurs et des charges à payer.

7. Opérations entre entités apparentées

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères et sociétés d'État du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des conventions de services avec plusieurs ministères et une société d'État pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir le mandat de l'ACFC. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les entités suivantes :

■ Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);

■ Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);

■ Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).

f) Immobilisations

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon une méthode linéaire et étalé sur la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

Catégorie d'immobilisations

Période d'amortissement

| | |
|-------------------------|---|
| Matériel de bureau | 4 ans |
| Mobilier et accessoires | 7 ans |
| Matériel informatique | 3 ans |
| Logiciels | 5 ans |
| Améliorations locatives | moindre de la durée de vie utile ou de la durée du bail |

3. Incertitude de l'évaluation

La préparation des états financiers exige que la direction établisse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants déclarés des actifs, des passifs, des recettes et des dépenses indiqués dans les états financiers. Au moment de la préparation de ces états financiers, la direction considérerait que les estimations et les hypothèses étaient raisonnables. L'élément le plus important pour lequel on utilise des estimations et des hypothèses est la provision de l'Agence pour les avantages sociaux futurs. Cet élément de passif a été déterminé par calcul actuariel pour l'exercice terminé le 31 mars 2002 et évalué par la direction pour l'exercice terminé le 31 mars 2003.

4. Avantages sociaux

L'ACFC a constaté des avantages sociaux d'un montant de 507 813 \$ durant l'année pour ce qui est des avantages sociaux fondés sur un taux de cotisation d'environ 27,5 p. 100. Ce montant se rapportait dans une large mesure aux prestations de pension au titre de la participation des employés au Régime de pension de retraite de la fonction publique.

ii) Prestations de fin d'emploi

Dans le cadre d'un régime de prestations de fin d'emploi, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines prestations conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des prestations est régulièrement établi par calcul actuariel et il s'accumule avec le temps, à mesure que les employés rendent les services ouvrant droit à des prestations de fin d'emploi.

Le coût des prestations de fin d'emploi est établi par calcul actuariel à l'aide de la méthode de répartition des prestations au prorata des services. L'évaluation des passifs est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés.

Pour les années au cours desquelles aucun examen actuariel n'est effectué, la direction prépare une estimation des passifs au titre des avantages sociaux futurs des employés à la clôture des comptes en se fondant sur le dernier rapport actuariel et les renseignements courants concernant les employés.

d) Liquidités disponibles

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne dépose pas les encaissements dans son propre compte bancaire et ne tire pas de chèques sur celui-ci. Les opérations financières de l'Agence passent par le Trésor, un service bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne produit pas d'intérêts.

e) Colisations à recevoir

Les cotisations à recevoir sont inscrites à titre de montants devant être réalisés ultérieurement et elles représentent une créance de Sa Majesté.

Les recettes que l'ACFC tire des cotisations sont exigées conformément au Règlement sur les cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada), qui énonce la méthode qui sert à déterminer la cotisation de chaque institution.

L'Agence gère ses besoins en fonds de roulement en empruntant des fonds du gouvernement du Canada conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la Loi.

2. Résumé des principales conventions comptables

a) Présentation

Les états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada. L'Agence est entièrement tributaire des cotisations des institutions financières pour financer le coût de ses opérations, y compris le coût des avantages sociaux futurs des employés.

b) Comptabilisation des recettes

L'ACFC rapproche ses recettes des coûts d'exploitation. Les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre des passifs à court terme (produit comptabilisé d'avance) sur l'état de la situation financière.

Les cotisations sont facturées chaque année d'après une estimation des coûts d'exploitation de l'exercice en cours et un état des coûts évalués pour l'année précédente par rapport aux coûts réels engagés. Cette évaluation se déroule avant le 31 décembre de chaque année conformément au paragraphe 18(1) de la Loi. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des dépenses ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour financer ses coûts d'exploitation.

c) Avantages sociaux futurs

i) Prestations de retraite

Les employés admissibles de l'ACFC contribuent au Régime de pension de retraite de la fonction publique (le Régime) géré par le gouvernement du Canada. Tant les employés que l'ACFC cotisent au Régime. Le montant de la cotisation de l'Agence est actuellement fondé sur un multiple des cotisations que doivent verser les employés et il peut changer au fil du temps en fonction de l'évolution du Régime. Les cotisations représentent le total des engagements contractuels au titre du régime de pension de l'Agence et elles sont couramment imputées aux opérations. En vertu des dispositions législatives en vigueur, l'ACFC n'est pas tenue de verser des cotisations pour combler le déficit actuariel du Régime.

Notes aux états financiers

Pour l'exercice terminé le 31 mars 2003

1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (la Loi) est entrée en vigueur, constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (l'ACFC) ou l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale et de diversifier les activités d'éducation des consommateurs. Elle est un organisme du gouvernement du Canada et, à ce titre, elle figure à l'annexe I.1 de la Loi sur la gestion des finances publiques.

Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et consiste en ce qui suit :

a) **superviser** les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

b) **inciter** les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;

c) **surveiller** la mise en œuvre de codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients et surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients;

d) **sensibiliser** les consommateurs aux obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;

e) **favoriser**, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.

Le paragraphe 18(3) de la Loi prévoit que l'industrie finance le coût des opérations de l'Agence au moyen de cotisations. Les opérations de l'ACFC sont entièrement financées de cette façon. L'Agence ne reçoit aucun crédit parlementaire annuel et le gouvernement du Canada n'a fait aucun investissement initial dans l'Agence à ses débuts.

État des flux de trésorerie

Pour l'exercice terminé le 31 mars

Non-vérifié
(5 mois — note 9)
2002

2003

ACTIVITÉS D'EXPLOITATION

Résultats d'exploitation nets

\$ —

\$ —

Postes hors caisse compris dans les résultats d'exploitation nets

Amortissement des immobilisations (note 5)

151 328

58 468

Avantages sociaux futurs accumulés

16 994

107 243

Changements au fonds de roulement

Diminution / (Augmentation) — Cotisations à recevoir

6 801 115

(6 829 109)

(Augmentation) — Autres éléments d'actifs

(50 195)

(31 376)

(Augmentation) — Actifs à court terme

(1 625)

—

(Diminution) / Augmentation — Crédeurs et charges à payer

(568 759)

1 289 067

(Diminution) / Augmentation — Produit comptabilisé d'avance

(3 040 537)

3 690 589

Rentées de fonds provenant /
(utilisées pour) des activités d'exploitation

3 308 322

(1 715 118)

ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT

Acquisition d'immobilisations

(115 607)

(777 556)

Rentées de fonds utilisés pour des activités d'investissement

(115 607)

(777 556)

ACTIVITÉS DE FINANCEMENT

Nouveaux emprunts pendant l'année

1 350 000

7 000 000

Remboursements pendant l'année

(7 000 000)

—

Rentées de fonds (utilisées pour) /
provenant des activités de financement

(5 650 000)

7 000 000

LIQUIDITÉS DISPONIBLES

(Diminution) / Augmentation pendant l'année

(2 457 285)

4 507 326

Solde au début de l'exercice

4 507 326

—

Solde en fin d'exercice

2 050 040 \$

4 507 326 \$

Les notes afférentes font partie intégrante des états financiers.

État des résultats et de l'avoir du Canada

Pour l'exercice terminé le 31 mars

Non-vérifié
(5 mois — note 9)

| | 2003 | 2002 |
|--|--------------|--------------|
| RECETTES | | |
| Recettes totales | 5 383 452 | 3 297 772 |
| Cotisations | 5 383 452 \$ | 3 297 772 \$ |
| DÉPENSES | | |
| Dépenses totales | 5 383 452 | 3 297 772 |
| Salaires et avantages sociaux (note 4) | 2 848 840 | 988 914 |
| Provision pour avantages sociaux futurs | 16 994 | 107 243 |
| Gestion et technologie de l'information (note 7) | 611 526 | 834 796 |
| Services professionnels (note 7) | 835 886 | 621 394 |
| Locaux (notes 7 et 8) | 616 611 | 522 135 |
| Intérêt | 101 950 | 61 449 |
| Déplacements | 88 669 | 19 159 |
| Autres | 262 976 | 142 682 |
| Résultats d'exploitation nets | — \$ | — \$ |
| AVOIR DU CANADA | | |
| Avoir du Canada au début de l'exercice | — | — |
| Avoir du Canada en fin d'exercice | — \$ | — \$ |

Les notes afférentes font partie intégrante des états financiers.

État de la situation financière

Au 31 mars

2003 2002

ACTIFS

Actifs à court terme

Liquidités disponibles 2 050 040 \$ 4 507 326 \$

Cotisations à recevoir 27 994 6 829 109

Autres actifs à court terme 1 625 —

Autres éléments d'actifs 81 571 31 376

Immobilisations (note 5)

683 367

719 088

Total des actifs

2 844 597 \$

12 086 899 \$

PASSIFS

Passifs à court terme

Créditeurs et charges à payer (notes 6 et 7) 720 308 \$

1 289 067 \$

Produit comptabilisé d'avance 650 052

3 690 589

Prêt exigible (note 6)

1 350 000

7 000 000

Avantages sociaux futurs

124 237

107 243

Total des passifs

2 844 597 \$

12 086 899 \$

Avoir du Canada

TOTAL DES PASSIFS DE L'AVOIR DU CANADA

2 844 597 \$

12 086 899 \$

Engagements (note 8)

Approuvé par :

William G. Knight

Commissaire, Agence de la consommation en matière financière du Canada

Les notes afférentes font partie intégrante des états financiers.



Rapport du vérificateur

Au ministre des Finances

J'ai vérifié l'état de la situation financière de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada au 31 mars 2003 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Agence. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'ineffectivités importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Agence au 31 mars 2003 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour la vérificatrice générale du Canada

John Wiersema, CA

Vérificateur général adjoint

Ottawa, Canada
Le 23 mai 2003

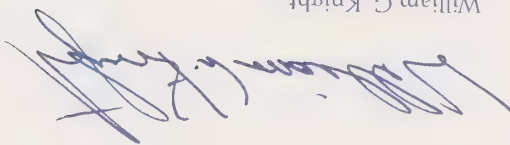
Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints et de la compatibilité avec toutes les autres données contenues dans le présent rapport annuel.

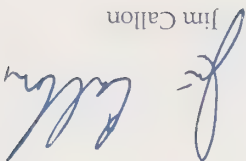
Ces états financiers, qui contiennent des montants établis d'après les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expérience et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus au Canada. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente aux fins de l'atteinte des objectifs de l'organisation, et que les opérations sont menées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC.

La vérificatrice générale du Canada, qui effectue des vérifications impartiales pour le compte du gouvernement du Canada, a vérifié les opérations et les états financiers de l'ACFC, et elle rend compte de sa vérification au ministre des Finances.

Le commissaire de
l'Agence de la consommation en
matière financière du Canada,
William G. Knight



Le commissaire adjoint de
l'Agence de la consommation en
matière financière du Canada,
Jim Callon



Ottawa, Canada
Le 23 mai 2003

- Les services touchant la gestion des ressources humaines et financières sont fournis par le Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).
- Les services en matière d'approvisionnement et de soutien informatiques et de communication sont fournis par Travaux publics et Services gouvernementaux Canada.
- Le Centre de communications avec les consommateurs (centre d'appels) est géré conjointement avec la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC).



Ces partenaires possèdent une vaste expérience de la prestation de services de qualité. En travaillant avec le BSIF et la SADC, l'ACFC peut aussi profiter de leurs connaissances et de leur expérience relatives au secteur financier. Par exemple, l'Agence a accès au personnel expérimenté du centre d'appels et peut utiliser des bases de données déjà établies pour calculer les cotisations.

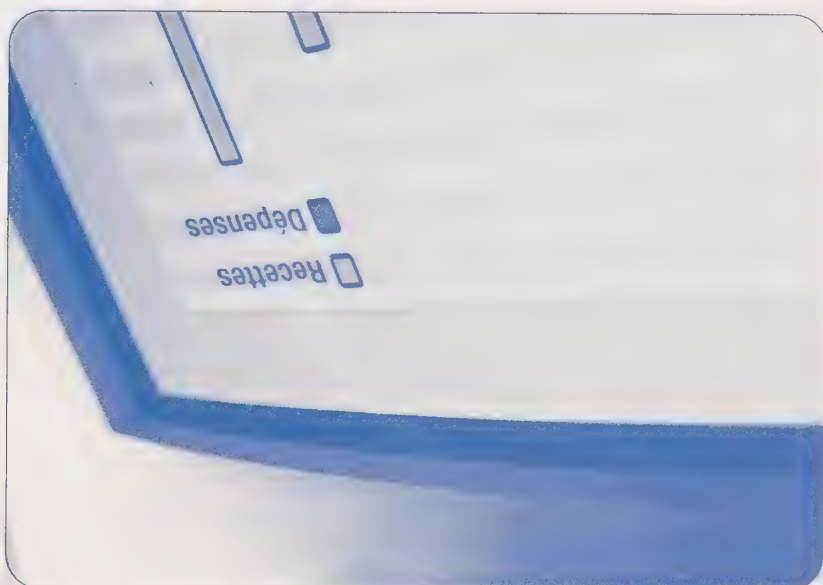
Durant notre première année d'activités complète (2002-2003), nous avons mieux défini et établi le programme d'activités et de services de l'ACFC, conformément à la législation et aux attentes des intervenants. Maintenant que l'Agence fonctionne à plein rendement, nous nous attendons à ce que nos dépenses concordent avec le budget de 7,3 millions de dollars que nous avons prévu pour 2003-2004. Par ailleurs, nous surveillerons l'application de nouveaux règlements sur l'accès aux services bancaires et effectuerons des examens spéciaux.

À mesure que nous progresserons au moyen d'un programme crédible et efficace visant à protéger les consommateurs de produits et services financiers et à informer les Canadiens, nous continuerons de faire une utilisation efficace de nos ressources financières.

A mesure que nous progresserons au moyen d'un programme crédible et efficace visant à protéger les consommateurs de produits et services financiers et à informer les Canadiens, nous continuerons de faire une utilisation efficace de nos ressources financières.

*Vu que l'ACFC est un
petit organisme, nous
essayons de réaliser
des économies en
empruntant la voie
des partenariats.*

46



■ Compte tenu des priorités de la charge de travail (notamment une « évaluation mystère » confiée à un entrepreneur ainsi que la rédaction et la production de plusieurs nouvelles publications), certaines activités ont été remises au prochain exercice, soit à 2003-2004.

Vu que l'ACFC est un petit organisme, nous essayons de réaliser des économies en empruntant la voie des partenariats. Nous sous-traitons certains services clés au lieu de créer et d'assurer nos propres services. L'ACFC a conclu des ententes avec de grandes organisations pour se procurer les services suivants :

■ Pendant sa première année d'activités complète, l'ACFC a adopté une approche ciblée à l'égard de son volet Éducation des consommateurs. Nous n'avons pas mis en œuvre un plan de communication plus agressif qui aurait visé un profil accru dans le public en faisant une grande utilisation de la publicité payante. Par contre, l'ACFC a très bien réussi à assurer une importante couverture médiatique des questions qui intéressent les consommateurs à l'échelle du pays.

États financiers Points saillants

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) a été créée le 24 octobre 2001, en vertu de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Le premier rapport annuel de l'Agence pour l'exercice 2001-2002 n'a couvert que cinq mois complets d'opérations. Le présent rapport couvre un exercice entier.

L'ACFC est entièrement financée par les cotisations versées par les institutions financières fédérales. Étant donné que la plupart des dispositions visant les consommateurs dont l'ACFC assure la surveillance concernent les banques, les questions d'ordre bancaire constituent la grande partie du travail de l'Agence. Par conséquent, les banques absorbent plus de 90 p. 100 des coûts de l'ACFC.

Cette année, le Bureau du vérificateur général du Canada a été nommé par décret vérificateur de l'ACFC. Son rôle consiste à vérifier les états financiers annuels de l'ACFC et à rendre compte des résultats de la vérification au ministre des Finances. Son opinion figure à la page 49 du présent rapport.

Dans son rapport de cette année, le Bureau du vérificateur général du Canada a déclaré :

...ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Agence au 31 mars 2003 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.



Cette année, le Bureau du vérificateur général du Canada a été nommé par décret vérificateur de l'ACFC. Son rôle consiste à vérifier les états financiers annuels de l'ACFC et à rendre compte des résultats de la vérification au ministre des

Figure 21 — Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet de la qualité du service, à l'exclusion des questions de conformité
(pour l'exercice 2002-2003)

| Catégories | Demandes de renseignements | Plaintes | Total selon la catégorie, pour l'exercice |
|---------------------------------|----------------------------|------------|---|
| Comptes | 12 | 100 | 112 |
| Cartes de crédit | 6 | 61 | 67 |
| Erreurs/retards | 14 | 115 | 129 |
| Assurances | 3 | 19 | 22 |
| Investissements | 9 | 100 | 109 |
| Prêts personnels | 2 | 74 | 76 |
| Hypothèques | 6 | 37 | 43 |
| Petites et moyennes entreprises | 0 | 22 | 22 |
| Autres ¹ | 47 | 275 | 322 |
| Total pour l'exercice | 99 | 803 | 902 |

1 Autres questions soulevées par les consommateurs : impossibilité d'utiliser les billets de 100 \$; harcèlement de la part du service de recouvrement d'une institution ou d'une agence de recouvrement; problèmes concernant le contenu des coffres bancaires; et encaissement de mandats.

La figure 21 montre que sur les 902 demandes de renseignements et plaintes portant sur la qualité du service, 803 étaient des plaintes, ce qui représente 89 p. 100 des communications reçues dans cette catégorie. Quelques-unes des plaintes reposaient sur les motifs suivants :

- L'impossibilité d'utiliser les billets de 100 \$ dans les succursales ou les magasins;
- L'incapacité d'encaisser un mandat sans être client de l'institution.
- Le constat d'un coffre bancaire dont le contenu avait été touché;
- L'insistance acharnée dont le service de recouvrement d'une institution financière ou une agence de recouvrement avait fait preuve au sujet du remboursement d'un prêt;
- Le constat d'un coffre bancaire dont le contenu avait été touché;

La figure 19 indique le grand nombre de plaintes présentées par des consommateurs à l'ACFC au sujet des pénalités d'intérêts hypothécaires. Bien souvent, les consommateurs ne comprennent pas pourquoi le montant de la pénalité sur lequel ils s'étaient renseignés avait augmenté au moment du renouvellement de leur hypothèque. Ils se demandaient également comment la pénalité était calculée.

La figure 20 montre que la majorité des consommateurs qui ont communiqué avec nous au sujet des frais de service se sont plaints des frais liés à l'utilisation d'un GAB. Un certain nombre des plaintes reçues à ce propos découlaient d'une campagne lancée par Option consommateurs.



Figure 20 — Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des frais de service, à l'exclusion des questions de conformité
(pour l'exercice 2002-2003)

| Catégories | Demandes de renseignements | Plaintes | Total selon la catégorie, pour l'exercice |
|--|----------------------------|--------------------|---|
| Guichets automatiques bancaires (GAB) ¹ | 19 | 1 046 ² | 1 065 |
| Comptes | 30 | 76 | 106 |
| Cartes de crédit | 14 | 41 | 55 |
| Cartes de débit | 18 | 13 | 31 |
| Investissements | 13 | 72 | 85 |
| Petites et moyennes entreprises | 6 | 18 | 24 |
| Autres ³ | 35 | 87 | 122 |
| Total pour l'exercice | 135 | 1 353 | 1 488 |

- 1 Comprend les demandes de renseignements et les plaintes au sujet des GAB des institutions financières et des GAB de marque privée.
- 2 Plusieurs de ces plaintes ont été déposées à l'issue d'une campagne menée par Option consommateurs.
- 3 Autres questions soulevées par les consommateurs : frais des opérations spéciales comme les frais pour chèques sans provision; frais imposés aux non-clients pour l'encaissement de chèques personnels; et frais pour les traites, les mandats et les virements télégraphiques.

La majorité des consommateurs qui ont communiqué avec nous au sujet des frais de service se sont plaints des frais liés à l'utilisation d'un GAB.

1 Autres questions soulevées par les consommateurs : prêts hypothécaires inversés; recours aux régimes enregistrés d'épargne-retraite pour le versement d'acomptes hypothécaires; et frais de la Société canadienne d'hypothèques et de logement.

| Total pour l'exercice | | | |
|--|----------------------------|----------|---|
| Autres ¹ | 85 | 93 | 178 |
| Refus de renouveler | 1 | 3 | 4 |
| Impôts fonciers | 5 | 20 | 25 |
| Pénalité/écart/refinancement | 28 | 55 | 83 |
| Assurances | 12 | 26 | 38 |
| Hypothèque en vigueur | 24 | 46 | 70 |
| Frais de mainlevée, de transfert et d'administration | 12 | 30 | 42 |
| Recouvrement/saisie | 16 | 45 | 61 |
| Demandes d'hypothèque | 13 | 20 | 33 |
| Catégories | Demandes de renseignements | Plaintes | Total selon la catégorie, pour l'exercice |

Figure 19 — Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des hypothèques, à l'exclusion des questions de conformité (pour l'exercice 2002-2003)

L'ACFC a reçu plusieurs plaintes à propos des prêts personnels (figure 18) de consommateurs qui avaient cosigné un prêt et étaient tenus responsables du solde impayé parce que l'emprunteur principal n'était pas en mesure de respecter ses engagements en matière de remboursement. L'ACFC a également reçu des demandes de renseignements et des plaintes de la part de consommateurs avec lesquels des agences de recouvrement avaient communiqué à propos du remboursement d'un prêt en souffrance. Les consommateurs voulaient connaître leurs droits et savoir comment s'y prendre pour rembourser leur prêt.

2 Comprend les problèmes liés au fait que les clients n'ont pas été informés du renvoi d'un prêt impayé à une agence de recouvrement. 3 Autres questions soulevées par les consommateurs : responsabilités des cosignataires d'un prêt; consolidation de dettes; obtention et remboursement de prêts aux étudiants; et comptes de prêt fermés en raison de paiements en retard.

| Total pour l'exercice | | | |
|------------------------------------|----------------------------|----------|---|
| Autres ² | 178 | 139 | 317 |
| Refus d'accorder un prêt | 25 | 49 | 74 |
| Calcul des intérêts sur les prêts | 10 | 21 | 31 |
| Accords de prêt | 23 | 23 | 46 |
| Recouvrement de prêts ³ | 51 | 131 | 182 |
| Catégories | Demandes de renseignements | Plaintes | Total selon la catégorie, pour l'exercice |

Figure 18 — Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des prêts personnels, à l'exclusion des questions de conformité (pour l'exercice 2002-2003)

plusieurs plaintes a
propos des prêts
personnels de
consommateurs qui
avaient cosigné un
prêt et étaient tenus
responsables du solde
impayé parce que
n'était pas en mesure
de respecter ses
engagements en
matière de
remboursement.

Figure 17 — Demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des cartes de crédit, à l'exclusion des questions de conformité (pour l'exercice 2002-2003)

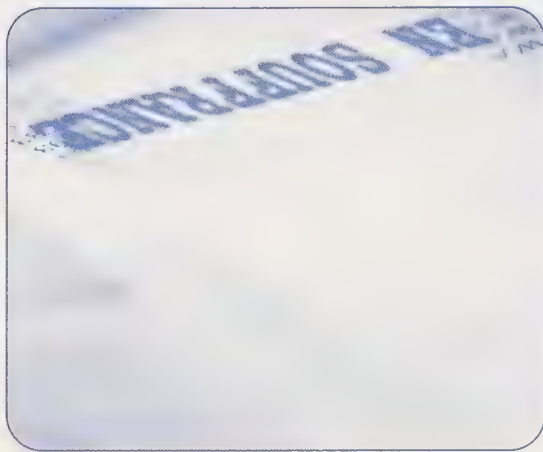
| <i>Catégories</i> | <i>Demandes de renseignements</i> | <i>Plaintes</i> | <i>Total selon la catégorie, pour l'exercice</i> |
|---|-----------------------------------|-----------------|--|
| Demandes/annulations | 155 | 94 | 249 |
| Paiements de factures | 23 | 103 | 126 |
| Divulguation de l'information sur les cartes de crédit | 1 | 3 | 4 |
| Fraude | 13 | 29 | 42 |
| Délai de grâce (pendant lequel le consommateur ne paie pas d'intérêts) | 3 | 6 | 9 |
| Assurance sur les cartes de crédit | 10 | 14 | 24 |
| Calcul des frais d'intérêt | 15 | 42 | 57 |
| Sollicitation des émetteurs de cartes pour inciter les consommateurs à faire une demande de carte | 54 | 103 | 157 |
| Transfert de solde à une autre carte | 4 | 17 | 21 |
| Autres ² | 1 090 | 173 | 1 263 |
| Total pour l'exercice | 1 368 | 584 | 1 952 |

1 Comprend les demandes de cartes non désirées.

2 Autres questions soulevées par les consommateurs : modification des frais relatifs à une carte de crédit en particulier; cartes de crédit avec garantie; remise en service des numéros de carte de crédit; opposition aux paiements préautorisés; demandes de paiement de la part d'agences de recouvrement; et cartes de crédit non acceptées dans certains pays.

En matière de crédit, les consommateurs ont exprimé leur frustration face aux frais d'intérêt qu'on leur imposait pour des paiements en retard, et ce, même s'ils avaient payé leurs factures de carte de crédit à la date d'échéance ou avant. Ils se sont également plaints de recevoir des formulaires de demande de crédit par la poste, sans en avoir fait la demande, d'être tenus responsables des transactions non autorisées imputées sur leur compte de carte de crédit, et de se heurter à des problèmes lorsqu'ils voulaient que soient discontinués des paiements préautorisés.

Au chapitre des assurances, les consommateurs se sont plaints de l'augmentation sensible de leurs primes d'assurance-habitation et d'assurance-automobile. Ils se sont également plaints du temps que prenait le règlement de leurs demandes de remboursement.





La figure 16 présente les types de plaintes (à l'exception de celles se rapportant aux questions de conformité) présentées par des consommateurs à l'ACFC en 2002-2003. Les plaintes concernant les frais de service représentaient 22 p. 100 des 6 200 communications enregistrées à ce propos. Les trois quarts des plaintes découlaient d'une campagne épistolaire lancée par Option consommateurs. Les consommateurs ont été nombreux à présenter des plaintes à l'ACFC au sujet de la qualité du service fourni par les institutions financières auxquelles ils s'étaient adressés pour obtenir des produits d'investissement et des prêts personnels. Les consommateurs ont également signalé des problèmes généraux se rapportant à leurs comptes bancaires : des fonds manquants, des erreurs commises par le personnel des succursales et des retards dans les transactions causés par les transferts de fonds entre les institutions financières.

Figure 16 — Plaintes à l'exception de celles relatives aux dispositions visant les consommateurs (pour l'exercice 2002-2003)

| Catégories | | Total selon la catégorie, pour l'exercice |
|--|-------|---|
| Comptes | 489 | |
| Fermures de succursales | 213 | |
| Chèques | 259 | |
| Procédure de traitement des plaintes | 11 | |
| Cartes de crédit | 584 | |
| Cartes de débit | 59 | |
| Demandes de renseignements généraux | 311 | |
| Assurances | 559 | |
| Investissements | 347 | |
| Prêts | 363 | |
| Hypothèques | 338 | |
| Protection des renseignements personnels | 141 | |
| Qualité du service | 803 | |
| Frais de service | 1 353 | |
| Petites et moyennes entreprises | 118 | |
| Autres ¹ | 252 | |
| Total pour l'exercice | | 6 200 |

¹ Comprend les plaintes reçues au sujet des guichets automatiques bancaires, de la télématique bancaire et du service bancaire par téléphone, des questions de succession, des taux de change, des taux d'intérêt et des ventes liées.

Figure 15 — Demandes de renseignements généraux reçues sur des questions autres que la conformité¹ (pour l'exercice 2002-2003)

| Catégories | | Total selon la catégorie, pour l'exercice |
|--|--|---|
| Comptes | | 297 |
| Fermetures de succursales | | 189 |
| Chèques | | 183 |
| Procédure de traitement des plaintes | | 59 |
| Cartes de crédit | | 1 368 |
| Cartes de débit | | 39 |
| Demandes de renseignements généraux | | 2 968 |
| Assurances | | 302 |
| Investissements | | 324 |
| Prêts | | 287 |
| Hypothèques | | 196 |
| Protection des renseignements personnels | | 88 |
| Qualité du service | | 99 |
| Frais de service | | 135 |
| Petites et moyennes entreprises | | 81 |
| Autres ² | | 267 |
| Total pour l'exercice | | 6 882 |

■ comment s'y prendre pour obtenir un prêt étudiant;

■ comment s'y prendre pour obtenir des conseils en matière de crédit;

■ comment s'y prendre pour obtenir une copie de son dossier de crédit;

■ à qui s'adresser pour obtenir de l'information sur les Obligations d'épargne du Canada.

Bon nombre des questions reçues par l'ACFC se rapportaient aux cartes de crédit. Les consommateurs voulaient savoir comment les frais d'intérêt étaient calculés, comment annuler une carte de crédit et comment faire une demande pour certaines cartes, par exemple les cartes s'accompagnant d'une garantie. Un nombre important de consommateurs se sont adressés à l'Agence pour qu'elle les aide à comprendre des lettres qui les informaient des changements apportés aux frais applicables à leurs cartes de crédit.

2 Cette figure ne comprend pas les demandes de publications.

Comprend les diverses demandes de renseignements reçues au sujet des guichets automatiques bancaires, de la télématique bancaire et du service bancaire par téléphone, des questions de succession, des taux de change, des taux d'intérêt et des ventes liées.

d'une garantie.

les cartes

cartes, par exemple

pour certaines

faire une demande

crédit et comment

annuler une carte de

calculs, comment

d'intérêt étaient

comment les frais

consommateurs

cartes de crédit. Les

rapportaient aux

par l'ACFC se

bon nombre des

Bon nombre des

Figure 14 — Demandes de renseignements et plaintes selon le type d'institution financière réglementée par l'ACFC, à l'exclusion des questions de conformité¹
(pour l'exercice 2002-2003)

| Total selon la catégorie, pour l'exercice | Sociétés d'assurance- vie | Sociétés de prêt | Sociétés d'assurances IAAD ² | Sociétés de fiduciaire | Total |
|---|---------------------------------|---------------------|---|---------------------------|--------------|
| | Banques | 448 | 27 | 440 | 209 |
| Comptes | 656 | 4 | 1 | 3 | 15 |
| Fermetures de succursales | 393 | 0 | 0 | 0 | 7 |
| Chèques | 358 | 0 | 0 | 0 | 4 |
| Procédure de traitement des plaintes | 51 | 3 | 0 | 7 | 2 |
| Cartes de crédit | 1 756 | 2 | 5 | 2 | 8 |
| Cartes de débit | 76 | 0 | 0 | 0 | 1 |
| Demandes de renseignements généraux | 804 | 76 | 4 | 26 | 55 |
| Assurances | 37 | 245 | 0 | 386 | 0 |
| Investissements | 267 | 39 | 1 | 0 | 31 |
| Prêts | 353 | 2 | 4 | 0 | 7 |
| Hypothèques | 344 | 13 | 5 | 2 | 27 |
| Protection des renseignements personnels | 132 | 14 | 0 | 2 | 4 |
| Qualité du service | 648 | 25 | 1 | 8 | 27 |
| Frais de service | 1 344 | 12 | 1 | 2 | 8 |
| Petites et moyennes entreprises | 138 | 1 | 3 | 0 | 1 |
| Autres ³ | 320 | 12 | 2 | 2 | 12 |
| Total, par IF sous réglementation fédérale | 7 677 | 448 | 27 | 440 | 209 |
| | | | | | 8 801 |

1 Cette figure ne comprend pas les demandes de publications.

2 Incendie, accidents, risques divers.

3 Comprend les diverses demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des guichets automatiques bancaires, de la télématique bancaire et du service bancaire par téléphone, des questions de succession, des taux de change, des taux d'intérêt et des ventes liées.

La figure 14 présente une ventilation des types de demandes de renseignements et de plaintes reçues par l'ACFC, sur des questions autres que la conformité. Les données sont présentées selon le type d'institution financière réglementée par l'ACFC. La figure indique que 87 p. 100 des demandes de renseignements et des plaintes se rapportaient aux banques. Dans l'ensemble, l'ACFC a reçu 8 801 demandes de renseignements et plaintes concernant des institutions financières sous réglementation fédérale.

■ si une institution financière donnée était membre de la Société d'assurance-dépôts du Canada et si les dépôts y étaient assurés;

■ si diverses institutions financières étaient des organismes authentiques;

La figure 15 indique qu'en 2002-2003, l'ACFC a reçu 6 882 demandes de renseignements d'ordre général de la part des consommateurs. De ce nombre, 2 968 se rapportaient à des questions générales; les consommateurs voulaient savoir notamment :

Figure 13 — Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la province ou le territoire¹
(pour l'exercice 2002-2003)

| Total selon la catégorie, pour l'exercice | Catégories | | | | | | | | | | | | | (prov./terr.) pour l'exercice |
|---|--------------|--------------|------------|------------|------------|------------|--------------|-----------|--------------|------------|-----------|----------------------|-----------|----------------------------------|
| | Alb. | C.-B. | Man. | N.-B. | T.-N.-Lr | N.-E. | Ont. | I.-P.-É. | Qc | Sask. | Terr. | Inconnu ² | E.-U. | |
| Comptes | 68 | 87 | 20 | 7 | 5 | 15 | 244 | 5 | 251 | 11 | 3 | 67 | 3 | 786 |
| Fermures de succursales | 23 | 74 | 28 | 2 | 7 | 40 | 163 | 0 | 51 | 4 | 0 | 9 | 1 | 402 |
| Chèques | 62 | 35 | 23 | 4 | 0 | 9 | 129 | 0 | 137 | 9 | 4 | 30 | 0 | 442 |
| Procédure de traitement des plaintes | 6 | 12 | 2 | 2 | 0 | 0 | 28 | 0 | 11 | 3 | 0 | 6 | 0 | 70 |
| Cartes de crédit | 202 | 212 | 89 | 30 | 25 | 54 | 589 | 7 | 555 | 56 | 3 | 125 | 5 | 1 952 |
| Cartes de débit | 5 | 6 | 2 | 3 | 0 | 5 | 27 | 0 | 48 | 0 | 0 | 2 | 0 | 98 |
| Demandes de renseignements généraux | 511 | 290 | 195 | 77 | 66 | 126 | 787 | 21 | 879 | 116 | 6 | 180 | 25 | 3 279 |
| Assurances | 93 | 52 | 29 | 26 | 18 | 64 | 299 | 5 | 226 | 10 | 1 | 33 | 5 | 861 |
| Investissements | 77 | 72 | 41 | 7 | 4 | 23 | 241 | 3 | 148 | 18 | 0 | 33 | 4 | 671 |
| Prêts | 100 | 74 | 43 | 26 | 6 | 51 | 177 | 7 | 100 | 15 | 0 | 48 | 3 | 650 |
| Hypothèques | 57 | 61 | 25 | 8 | 8 | 14 | 171 | 3 | 153 | 6 | 0 | 27 | 1 | 534 |
| Protection des renseignements personnels | 24 | 34 | 12 | 5 | 3 | 6 | 91 | 1 | 36 | 7 | 1 | 9 | 0 | 229 |
| Qualité du service | 105 | 94 | 44 | 15 | 8 | 47 | 340 | 3 | 173 | 26 | 2 | 42 | 3 | 902 |
| Frais de service | 41 | 51 | 20 | 6 | 4 | 16 | 135 | 6 | 1 168 | 13 | 0 | 23 | 5 | 1 488 |
| Petites et moyennes entreprises | 30 | 12 | 8 | 7 | 1 | 5 | 78 | 1 | 32 | 10 | 1 | 11 | 3 | 199 |
| Autres ³ | 40 | 55 | 32 | 8 | 4 | 21 | 180 | 0 | 115 | 9 | 1 | 50 | 4 | 519 |
| Total | 1 444 | 1 221 | 613 | 233 | 159 | 496 | 3 679 | 62 | 4 083 | 313 | 22 | 695 | 62 | 13 082 |

¹ Cette figure ne comprend pas les demandes de publications.

² La province ou le territoire n'a pas été précisé par le consommateur.

³ Comprend les diverses demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des guichets automatiques bancaires, de la télématique bancaire et du service bancaire par téléphone, des questions de succession, des taux de change, des taux d'intérêt et des ventes liées.

La figure 13 indique qu'en 2002-2003, l'ACFC a reçu 13 082 demandes de renseignements et plaintes portant sur des questions autres que la conformité. La majorité provenait de l'Ontario (28 p. 100) et du Québec (31 p. 100). Des consommateurs de l'Alberta et de la Colombie-Britannique ont également communiqué fréquemment avec l'ACFC.

Les consommateurs demandent également réparation, l'ACFC l'informe du processus mis en place par l'institution financière pour régler la question et dirige le consommateur vers le service ou l'employé de l'institution qui traite ce genre de plainte. Les consommateurs peuvent déposer gratuitement auprès de l'ACFC toute plainte se rapportant à la violation d'une disposition visant les consommateurs. Les consommateurs peuvent composer sans frais le 1 866 461-2232 ou communiquer avec l'Agence par courriel à l'adresse info@acfc-fcac.gc.ca. L'annexe B (p. 63) présente un schéma de notre processus de gestion des cas.

Aperçu des plaintes et des demandes de renseignements d'ordre général

La figure 12 indique que l'ACFC a reçu en tout 14 505 communications au cours de l'année écoulée. Il s'agissait de demandes de publications, du dépôt de documents, de demandes de renseignements sur les questions de conformité et autres, de plaintes non relatives à la conformité et de cas liés à des questions de conformité.

Les institutions financières fédérales doivent respecter les dispositions législatives fédérales visant les consommateurs. Si un consommateur pense qu'une institution financière n'a pas respecté ses obligations juridiques, l'ACFC se chargera de faire enquête.

Aux termes du cadre de conformité, les institutions financières fédérales sont également tenues de signaler à l'ACFC les plaintes présentées par leurs clients, qui ne se règlent pas au palier initial et qui ont pour objet une disposition visant les consommateurs. En pareils cas, il est du devoir de l'institution d'informer immédiatement les consommateurs de la façon de communiquer avec l'ACFC, afin qu'ils puissent le faire s'ils le souhaitent.

Si l'ACFC est d'avis que l'institution a violé une disposition visant les consommateurs, elle peut adresser une lettre d'avertissement ou un procès-verbal de violation à l'institution et imposer une sanction pécuniaire. L'ACFC peut également rendre public la nature de la violation, y compris le nom de l'institution qui l'a commise ainsi que le montant de la pénalité imposée. Si le consommateur qui communique avec l'ACFC pour rapporter une violation des dispositions visant

Les consommateurs peuvent déposer gratuitement auprès de l'ACFC toute plainte se rapportant à la violation d'une disposition visant les

Figure 12 — Nombre total de communications destinées à l'ACFC (pour l'exercice 2002-2003), par sujets





Traitement des plaintes par l'ACFC

Quand un consommateur communique avec l'ACFC pour déposer une plainte, celle-ci est examinée pour déterminer la mesure dans laquelle elle relève de la compétence de l'Agence et se rapporte à une infraction éventuelle à la loi. Si nous devons faire des recherches, nous rappelons le consommateur dans les 48 heures.

Lorsque nous avons cerné la situation exposée par le consommateur et déterminé s'il s'agit ou non d'une plainte relevant de notre compétence, nous informons le consommateur des choix qui s'offrent à lui. Si la plainte est liée à une éventuelle violation de la loi, un agent de conformité de l'ACFC communique avec l'institution financière du consommateur pour discuter de la plainte. S'il est recommandé de poursuivre la démarche, un agent peut demander au consommateur et à l'institution financière de lui fournir par écrit des renseignements concrets.

L'ACFC enquête sur les plaintes qui mettent en cause toutes les banques et sociétés d'assurances, de fiducie et de prêt, constituées ou enregistrées en vertu d'une loi fédérale. L'ACFC n'est investie d'aucune autorité en ce qui touche les coopératives de crédit, les sociétés de financement, les courtiers en fonds mutuels, les courtiers en valeurs mobilières et d'autres institutions financières sous réglementation provinciale.

Plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs

Le consommateur est également informé de la procédure de traitement des plaintes de l'institution. Lorsque la plainte ne relève pas de notre mandat, nous dirigeons le consommateur vers l'organisation la mieux placée pour l'aider.

Plaintes et demandes de renseignements d'ordre général

des consommateurs

Donner suite aux préoccupations des consommateurs

Procédures de traitement des plaintes des institutions financières

Toutes les institutions sont tenues de déposer une copie de leur procédure de traitement des plaintes à l'ACFC. De plus, les banques doivent informer leurs nouveaux clients de leur procédure de traitement des plaintes au moment de l'ouverture d'un compte bancaire. Dans le cadre d'une évaluation mystère menée récemment, nous avons vérifié si cette information était disponible dans les succursales bancaires. Nous avons constaté que dans un cas sur cinq, l'information n'était pas facile à obtenir.

Depuis que l'ACFC a vu le jour, de nombreuses institutions examinent leur procédure de traitement des plaintes, non seulement pour améliorer le processus que doivent suivre les consommateurs, mais aussi pour mieux comprendre les problèmes qui surgissent. Il est en outre souhaitable que les institutions continuent à établir des normes de rendement pour leurs employés et les encouragent à donner suite aux plaintes des consommateurs.

Rôle de l'ACFC

Les seules plaintes que l'ACFC est habilitée à traiter sont celles qui se rapportent à la violation des dispositions des lois et des règlements fédéraux visant les consommateurs. Pour le règlement des plaintes d'ordre général, par exemple celles qui portent sur la qualité du service ou les politiques de l'institution, ou encore sur les différends contractuels, nous veillons à ce que les institutions financières se dotent d'une procédure de traitement des plaintes qui prévoit le recours à un mécanisme indépendant de règlement des différends. Nous nous chargeons également de diriger les consommateurs vers les services des institutions financières chargés du règlement des plaintes.

L'ACFC verse dans un dossier l'information concernant toutes les plaintes de nature générale, car le commissaire est tenu de rendre compte annuellement des types de plaintes qui sont portées à son attention. L'information recueillie sert également à déterminer les tendances et nous aide à choisir les sujets à aborder dans les documents d'information que nous produisons à l'intention des consommateurs. Les données que nous fournissons aux institutions financières se présentent dans une forme globale pour que celles-ci puissent réagir face aux tendances qui se dessinent en ce qui touche leurs pratiques et le genre d'information qu'elles transmettent à leurs clients.

Les banques doivent informer leurs nouveaux clients de leur procédure de traitement des plaintes à l'ACFC. De plus, les banques doivent informer leurs nouveaux clients de leur procédure de traitement des plaintes au moment de l'ouverture d'un compte bancaire.

Figure 10 — Dossiers¹ fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite² et aux engagements publics³, par types de disposition, à la fin de l'exercice
(31 mars 2003)

Types de disposition

Non-Respect

Retrait⁴

Nombre total de dossiers fermés pendant l'exercice 2002-2003

| Accès aux services bancaires | 1 | — | — |
|---|------------|-----------|-----------|
| Aucun dépôt ni solde minimum requis pour ouvrir un compte | 6 | — | 3 |
| Refus d'ouvrir — Généralités | 20 | 2 | 10 |
| Refus d'ouvrir — Faillite | 45 | 7 | 23 |
| Refus d'ouvrir — Situation en matière d'emploi | — | — | 2 |
| Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable | 18 | 1 | 9 |
| Code relatif aux cartes de débit | 40 | 2 | 16 |
| Engagements publics pris par les institutions financières | 6 | — | 3 |
| Engagement d'encasser les chèques du gouvernement fédéral (d'un montant inférieur à 1 500 \$) | 3 | — | 1 |
| Cartes de crédit | 2 | — | — |
| Investissements | 2 | — | — |
| Autres | 2 | 1 | — |
| Nombre total de dossiers fermés par disposition | 143 | 13 | 67 |
| Total annuel | 223 | | |

1 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

2 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

3 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

4 Les cas sont souvent retirés lorsque les consommateurs ne donnent pas suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec eux pour poursuivre l'examen de conformité.

Figure 11 — Questions relatives aux fermetures de succursales
(pour l'exercice 2002-2003)

| | |
|--|------------------|
| Préavis de fermeture de succursales déposés par les institutions financières | 302 ¹ |
| Plaintes reçues relativement aux fermetures de succursales ² | 213 |
| Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales | |
| Reçues | 6 |
| Acceptées ³ | 5 |
| En suspens | 1 |
| Demandes visant la tenue de réunions publiques sur les fermetures de succursales ⁴ | |
| Nombre total de demandes reçues visant la tenue d'une réunion | 133 |
| Nombre de succursales ayant fait l'objet d'une demande visant la tenue d'une réunion | 23 |
| Nombre total de succursales pour lesquelles le commissaire a exigé la tenue d'une réunion | 5 |
| Nombre total de succursales pour lesquelles le commissaire ⁵ n'a pas exigé la tenue d'une réunion | 11 |
| Nombre total de demandes en suspens visant la tenue de réunions | 7 |

1 Comprend tous les préavis de fermeture de succursales déposés, y compris pour les fermetures non visées par la définition prescrite par règlement, ainsi que les demandes visant à modifier le préavis requis.

2 Il s'agit de plaintes se rapportant aux fermetures de succursales; les auteurs des plaintes ne demandaient pas la tenue d'une réunion.

3 Le commissaire a accepté la demande de l'institution financière visant à modifier les exigences de préavis de fermeture de succursales.

4 Dans certains cas, il s'agissait de demandes multiples se rapportant à la même succursale.

5 Il est fréquent que les institutions décident de leur plein gré de tenir une réunion publique, sans que le commissaire les y oblige officiellement.

La figure 11 présente des détails sur les fermetures de succursales en 2002-2003. On note qu'un total de 302 préavis de fermeture ont été déposés, à la fois exigés et volontaires.

La figure porte sur :

- les préavis de fermeture donnés par les banques;
- les plaintes reçues au sujet de fermetures de succursales;
- les demandes reçues, accordées et en traitement de donner le préavis requis;
- les demandes reçues, accordées et en traitement visant la tenue de réunions publiques.

En 2002-2003, l'ACFC a reçu 213 plaintes relatives à des fermetures de succursales et 133 demandes visant la tenue de réunions publiques relatives à la fermeture de 23 succursales.

La figure 9 présente les 43 violations commises, dans 23 cas, que l'ACFC a recensées en 2002-2003. Le commissaire a adressé 22 lettres de réprimande, dressé un procès-verbal de violation (s'accompagnant d'une sanction administrative pécuniaire) et conclu une entente de conformité. La majorité des violations se rapportaient aux préavis de fermeture de succursales et à la communication du coût d'emprunt dans les annonces publicitaires.

La figure 10 indique le nombre de dossiers fermés en 2002-2003 pour des cas relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics. La figure précise la mesure dans laquelle le respect des codes de conduite ou des engagements publics a été compromis ou non, ou encore si le cas a été retiré. On a recensé 13 cas de non-respect, dont 10 se rapportaient au refus d'ouvrir un compte bancaire pour un consommateur.

Figure 9 — Dossiers¹ fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, à la fin de l'exercice (31 mars 2003)

| Decisions du commissaire | Nombre de violations établies | Nombre de dossiers fermés | Total annuel |
|---|-------------------------------|---------------------------|--------------|
| 11 lettres de réprimande ² | 18 | 11 | 11 |
| 1 entente de conformité ⁴ | — | 8 | 8 |
| 7 lettres de réprimande / avis de violation ⁶ avec sanction administrative pécuniaire | 8 | 4 | 4 |
| 4 lettres de réprimande | 17 | 4 | 4 |
| 1 entente de conformité / 22 lettres de réprimande / 1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire | 43 | 23 | 23 |

- 1 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
- 2 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
- 3 Comprend les questions concernant les écarts entre les taux d'intérêt, les montants des paiements et les responsabilités d'un cosignataire.
- 4 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
- 5 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
- 6 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

Figure 8 (suite)

| Nombre total de dossiers fermés pendant l'exercice 2002-2003 | Types de disposition | | | | | Total annuel |
|--|----------------------------|---------------------|----------------------|--------------------------|--|--------------|
| | Non violation ² | Retiré ³ | Accepté ⁴ | Non-accepté ⁵ | Violation pendant l'exercice 2002-2003 | |
| Divulgué des frais | 3 | 1 | — | — | 4 | 1 |
| Divulgué des intérêts — Publicité | 2 | — | — | — | 2 | 2 |
| Chèques du gouvernement fédéral — Frais d'encaissement | — | 1 | 2 | — | 3 | 3 |
| Retenues sur les chèques — Pour les dépôts | — | 4 | 3 | — | 7 | 7 |
| Dépôts indexés | — | — | — | — | — | — |
| Informé les consommateurs sur la façon de communiquer avec l'ACFC | — | 2 | — | — | 2 | 2 |
| Prêts — Généralités ¹¹ | — | 3 | 1 | — | 4 | 4 |
| Avis de changement ou de modification de l'accord de prêt ou du CE | — | 5 | 4 | — | 9 | 9 |
| Obligation de divulguer le CE dans les annonces publicitaires | 4 | 2 | — | — | 6 | 6 |
| Obligation de divulguer le CE lorsque le prêt est accordé | — | 2 | 6 | — | 8 | 8 |
| Obligation de fournir de l'information sur le remboursement des prêts, les rabais ou les frais | — | 4 | — | — | 4 | 4 |
| Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque | — | — | 1 | — | 1 | 1 |
| Fournir une copie de la procédure de traitement des plaintes ¹² | 8 | — | — | — | 8 | 8 |
| Ventes liées | — | — | — | — | — | — |
| Ventes liées avec coercition | — | 4 | 4 | — | 8 | 8 |
| Déclaration non affichée sur les ventes liées | — | 12 | — | — | 12 | 12 |
| Nombre total de dossiers fermés par disposition | 23 | 109 | 51 | 37 | 93 | 313 |

1 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

2 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire). Un dossier peut se rapporter à plus d'une violation. Consulter la figure 9 pour d'autres détails.

3 Les cas sont souvent retirés lorsque les consommateurs ne donnent pas suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec eux pour poursuivre l'examen de conformité.

4 Le commissaire a accepté la demande de l'institution financière visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales ou la demande du particulier visant la tenue d'une réunion.

5 Le commissaire n'a pas accepté la demande de l'institution financière visant à modifier les exigences de préavis de fermeture de succursales ou la demande d'un particulier visant la tenue d'une réunion.

6 Dans certains cas, il s'agit de demandes multiples concernant une même succursale.

7 Soixante-dix-huit des demandes visant la tenue d'une réunion se rapportaient à une fermeture de succursale en particulier, pour laquelle l'institution a décidé de son plein gré de tenir une réunion publique, sans que le commissaire l'y oblige officiellement.

8 Comprend les questions concernant les écarts entre les taux d'intérêt, les montants des paiements et les responsabilités d'un cosignataire.

9 Comprend les questions concernant les paiements et les frais financiers connexes.

10 Il s'agit de services comme les produits d'assurance.

11 Comprend les questions concernant les changements en matière de paiement et le calcul des pénalités.

12 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

La figure 8 indique que 313 dossiers pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs ont été fermés en 2002-2003. Elle précise la mesure dans laquelle il y a eu violation ou non des dispositions visant les consommateurs, ou encore si les cas ont été retirés. (Il arrive souvent que les

Figure 8 — Dossiers¹ fermés pour des cas de conformité relatifs aux dispositions visant les consommateurs, par types de disposition, à la fin de l'exercice (31 mars 2003)

| Nombre total de dossiers fermés pendant l'exercice 2002-2003 | Types de disposition | | | |
|--|----------------------|------------------------|----------------------|----------------------|
| | Non | Violation ² | Retirés ³ | Accepté ⁴ |

| | | | | | |
|-----|----|----|---|----|----|
| 33 | — | 26 | 7 | — | — |
| 9 | — | 8 | 1 | — | — |
| 6 | — | 4 | 2 | — | — |
| 1 | — | 1 | — | — | — |
| 2 | — | 1 | 1 | — | — |
| 11 | 11 | — | — | — | — |
| 11 | — | — | — | 5 | 6 |
| 119 | — | — | — | 32 | 87 |
| 7 | — | 4 | 3 | — | — |
| 6 | — | 5 | 1 | — | — |
| 1 | — | — | 1 | — | — |
| 12 | — | 4 | 8 | — | — |
| 13 | — | 10 | 3 | — | — |
| — | — | — | — | — | — |
| 4 | — | 2 | 2 | — | — |

Figure 6 — Nombre total de communications¹ reçues à propos de la conformité
(depuis la création de l'ACFC le 24 octobre 2001)

| | Du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002 | Du 1 ^{er} avril 2002 au 31 mars 2003 |
|---|---------------------------------------|--|
| Fermetures de succursales | — | 17 |
| Donner le préavis requis | — | 133 |
| Demandes visant la tenue de réunions publiques sur les fermetures de succursales ² | — | 6 |
| Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales | 6 | 242 |
| Codes de conduite ³ et engagements publics ⁴ | 81 | 48 |
| Plaintes relatives aux codes de conduite et aux engagements publics | 19 | 8 |
| Demandes de renseignements concernant les codes de conduite et les engagements publics | — | 170 |
| Procédure de traitement des plaintes | — | 21 |
| Fournir une copie de la procédure de traitement des plaintes ⁵ | — | 40 |
| Dispositions visant les consommateurs | 55 | 685 |
| Plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs | 11 | |
| Demandes de renseignements concernant les dispositions visant les consommateurs | — | |
| Plaintes signalées | — | |
| Nombre total de communications enregistrées au chapitre de la conformité pour la période visée | 172 | 685 |

- 1 Une communication est enregistrée lorsqu'un particulier ou une institution communique avec l'ACFC au sujet d'une question ou d'une préoccupation, y compris les plaintes et les demandes de renseignements. Sont exclus les dépôts de documents courants.
- 2 Ce nombre comprend les demandes multiples concernant la même succursale
- 3 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
- 4 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
- 5 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

Figure 7 — Nombre total de documents¹ déposés par les institutions financières
(depuis la création de l'ACFC le 24 octobre 2001)

| | Du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002 | Du 1 ^{er} avril 2002 au 31 mars 2003 |
|--|---------------------------------------|--|
| Dépôt de documents liés aux fermetures de succursales | 13 | 282 |
| Fermetures visées par la définition de succursale ² prescrite par règlement | — | 20 |
| Fermetures non visées par la définition de succursale ³ prescrite par règlement | — | 67 |
| Dépôt de la procédure de traitement des plaintes | 384 | 6 |
| Dépôt de la déclaration sur les responsabilités envers la collectivité | — | 375 |
| Nombre total de documents déposés pour la période visée | 397 | 375 |

- 1 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
- 2 Le règlement sur les fermetures de succursales s'applique aux succursales dans lesquelles un employé a pour fonctions de remettre de l'argent et d'ouvrir des comptes.
- 3 Documents dont le dépôt n'est pas exigé par la loi, mais qui ont été déposés par les institutions financières pour tenir le commissaire informé des changements apportés aux services de détail.

Aperçu des questions de conformité

La figure 5 (p. 20) et les figures 6 à 11 (p. 29-33) donnent un aperçu des questions de conformité que l'ACFC a été amenée à régler.

La figure 6 fait état du nombre total de communications reçues par l'ACFC en matière de conformité depuis sa création en octobre 2001. Pour la première période d'examen, qui couvrirait moins de six mois, la figure n'indique que 172 communications. Pour la deuxième période, qui couvre la première année d'activités complète de l'ACFC, la figure indique 685 communications.

La figure présente des comparaisons d'une année à l'autre, en ce qui concerne :

- les demandes reçues pour la tenue de réunions publiques liées à la fermeture de succursales bancaires;

- les préavis de fermeture de succursales reçus et les demandes présentées en vue de modifier les exigences de préavis;

- les demandes de renseignements et les plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs ainsi qu'aux codes de conduite et aux engagements publics (voir les définitions figurant à l'annexe A);

- le dépôt à l'ACFC d'une copie de la procédure de traitement des plaintes mise en place par chacune des institutions financières;
- les plaintes signalées directement par les institutions.

Après la mise en œuvre du cadre de conformité de l'ACFC le 1^{er} septembre 2002, les institutions financières ont rapporté à l'ACFC une quarantaine de plaintes relatives aux consommateurs.

Après l'entrée en vigueur du règlement sur les fermetures de succursales à la fin de février 2002, le nombre de communications avec l'Agence pour des questions de conformité liées aux fermetures de succursales a augmenté. De même, après la mise en œuvre du cadre de conformité de l'ACFC le 1^{er} septembre 2002, les institutions financières ont rapporté à l'ACFC une quarantaine de plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs. La figure 7 indique le nombre total de documents que les institutions financières ont transmis à l'ACFC depuis sa création en octobre 2001. Il s'agit des documents suivants :

- des préavis de fermeture de succursales qui répondent à la définition réglementaire (soit une succursale dans laquelle l'institution financière ouvre des comptes de dépôt de détail et procède à la sorte de fonds pour ses clients par l'intermédiaire d'une personne physique);
- des avis adressés volontairement au commissaire pour l'informer des changements apportés aux services de détail;
- des copies des procédures de traitement des plaintes;
- des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité.

Direction des services administratifs

La Direction des services administratifs offre à l'ACFC des services dans les domaines suivants : ressources humaines, gestion des finances, accès à l'information et protection des renseignements personnels, gestion du matériel, gestion des installations, gestion des documents, informatique, protection, santé et sécurité au travail, courrier et messagerie.

L'ACFC a conclu un marché avec le Bureau du surintendant des institutions financières pour obtenir des services en matière de ressources humaines et financières, et avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour obtenir des services en matière de technologie et de communication.



Direction des services juridiques

En 2002-2003, la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a touché plus de 1 million de consommateurs canadiens de produits financiers, non seulement en prenant des mesures pour régler des cas de conformité, mais aussi en aidant les institutions à améliorer leurs pratiques dans l'intérêt de leurs clients.

Le ministère fédéral de la Justice fournit des services juridiques à l'ACFC. Un avocat-conseil de Justice Canada fait partie de la structure de gestion de l'ACFC et relève directement du commissaire. Il donne des conseils sur tous les aspects du mandat et des activités de l'ACFC.

Dans un cas, l'enquête menée par l'ACFC a

permis à l'institution en cause de déceler une lacune dans son processus d'ouverture de

comptes. Après s'être entretenue avec l'ACFC, l'institution a modifié sa procédure

et informé ses employés du changement.

Autres questions

Divuligation du taux d'intérêt

Les discussions d'une institution avec l'ACFC l'ont amenée à modifier sa procédure de

communication du taux d'intérêt pour les

achats par téléphone de certificats de placement garantis. Depuis lors, l'institution envoie une

confirmation écrite à ses clients, par la poste,

pour les informer du taux d'intérêt qui

s'applique à leur certificat.

Cartes de débit

L'ACFC s'est penchée sur plusieurs cas portés

à son attention par des consommateurs qui se

sont plaints que leur institution les avait tenus financièrement responsables de certains débits,

et ce, même après qu'ils l'eurent informée que leurs cartes de débit avaient été utilisées sans

leur consentement.

L'ACFC a suivi de près le respect des codes de

conduite de l'industrie, en particulier le Code

de pratique canadien pour les services des cartes de débit. L'ACFC détermine la mesure dans

laquelle le code a été respecté et informe les

consommateurs de la procédure de traitement des plaintes de l'institution en cause. Les

consommateurs peuvent donc déposer une

plainte s'ils ne sont pas satisfaits de la façon

dont leur institution financière règle la question. À la suite de l'examen mené par l'ACFC,

plusieurs consommateurs ont pu présenter de

meilleurs arguments à leur institution.

Une autre institution financière a fait savoir

que l'information indiquée dans sa convention de crédit au sujet de sa méthode de calcul des

frais d'intérêt n'était pas claire, et qu'en

conséquence elle avait rajusté le crédit accordé aux détenteurs de sa carte. L'ACFC a décidé

d'examiner le problème pour s'assurer que

l'institution avait bien respecté l'article

pertinent du Règlement sur le coût d'emprunt et que la modification apportée par l'institution

émettrice était convenable.

Ouverture de comptes de dépôt de détail

L'Association des banquiers canadiens (ABC)

a élaboré des lignes directrices qu'elle a

affichées dans son site Web, et qui résument les conditions relatives à l'ouverture de comptes

bancaires. Les lignes directrices en question

seront remplacées par le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base, qui doit entrer en

vigueur le 30 septembre 2003.

Le refus ou l'incapacité d'ouvrir un compte a

été l'objet le plus courant des plaintes en

matière de conformité que les consommateurs ont présentées à l'ACFC. Dans ce domaine,

le rôle de l'Agence se limite à surveiller le

respect des engagements publics pris par les institutions financières. Néanmoins, les efforts

déployés par l'ACFC pour obtenir de

l'information sur chacun des cas qui s'est produit ont souvent incité l'institution en cause

à réexaminer la situation de son client. Dans

certains cas, la décision initiale a été annulée et les clients ont pu ouvrir un compte bancaire,

une étape déterminante à franchir pour

réintégrer le monde du travail ou se réinstaller

dans une autre région.

Le Règlement sur

l'accès aux services

bancaires de base

entrera en vigueur le

30 septembre 2003.

Divuligation du coût d'emprunt

Plusieurs règlements sur le coût d'emprunt précisent l'information que les institutions financières doivent fournir aux emprunteurs au moment de l'octroi d'un prêt, du renouvellement d'un prêt ou encore dans les annonces publicitaires. Ils exigent, entre autres, que les documents d'information sur le coût d'emprunt soient rédigés en un langage simple, clair et concis.

L'ACFC a reçu plusieurs plaintes portant sur des questions visées par la réglementation du coût d'emprunt. Dans un cas, après s'être entretenue avec l'ACFC, une institution financière a clarifié une clause traitant des pénalités d'intérêt dans ses documents d'information sur les hypothèques. L'institution a également décidé de préparer un avis pour rappeler aux consommateurs la nature exacte des pénalités, et elle s'est dotée d'une procédure spéciale à l'intention des personnes qui pourraient trouver que le document n'est pas clair. Plusieurs centaines de milliers de consommateurs ont déjà tiré profit des éclaircissements ainsi apportés, et tous les futurs emprunteurs profiteront eux aussi de la formulation plus claire de cette clause.

L'ACFC a amorcé un examen des documents hypothécaires préparés par les grandes institutions financières fédérales. L'examen vise à déterminer la mesure dans laquelle les documents indiquent convenablement les pénalités imposées pour la résiliation anticipée d'une hypothèque.

Cartes de crédit

La question du coût d'emprunt se pose fréquemment en ce qui concerne les cartes de crédit. Par exemple, une institution financière émettrice de cartes de crédit avait réduit le paiement mensuel minimal exigé pour ses cartes, mais elle avait omis d'en informer ses clients. Ceux-ci ont constaté une fluctuation de leurs paiements, ce qui les a déconcertés. Après une intervention de la part de l'ACFC, plusieurs centaines de milliers de consommateurs ont finalement été informés que le pourcentage du solde requis à titre de paiement minimal avait été réduit. Cela leur a permis de décider s'ils voulaient effectuer le nouveau paiement minimum requis ou maintenir le paiement mensuel minimum exigé avant le changement pour réduire leur dette plus rapidement.

Une autre institution financière émettrice de cartes de crédit n'avait pas informé ses clients de ses frais de conversion de monnaie étrangère, comme l'y oblige le règlement. Elle s'était limitée à indiquer, sur le relevé mensuel, le taux de change global final incluant les frais. Après une intervention de l'ACFC, l'institution a modifié son processus de divulgation afin d'indiquer clairement, sur sa convention de crédit, les frais qui font partie du taux de change. La encore, cet éclaircissement concernant les frais de l'institution est utile à plusieurs centaines de milliers de consommateurs.

sur le coût
à l'octroi
l'information que
les institutions
fournir aux
emprunteurs
au moment de
l'octroi d'un prêt
du renouvellement
d'un prêt ou encore
dans les annonces
hypothécaires



Dans certaines situations, les membres des collectivités touchées peuvent demander au commissaire d'obliger une institution financière à tenir une réunion publique avec les clients de la succursale pour discuter du projet de fermeture.

Depuis la création de l'ACFC, un nombre croissant de Canadiens exercent les droits que leur confère le *Règlement*. L'ACFC a reçu un nombre croissant de demandes visant la tenue de réunions publiques.

Au cours de l'année écoulée, à la demande du public, le commissaire de l'ACFC a exigé la tenue de trois réunions publiques pour discuter de projets de fermeture de succursales. D'autres réunions ont été organisées par les banques elles-mêmes suite à des discussions avec des agents de conformité de l'ACFC. Enfin, l'ACFC a consulté des banquiers canadiens pour élaborer des règles concernant la tenue de réunions publiques. Les règles en question favorisent les échanges qui permettent aux consommateurs d'exprimer leurs besoins et leurs opinions à l'égard des fermetures de succursales envisagées.

Préavis de fermeture de succursales

Le Règlement sur les préavis de fermeture

de succursales est entré en vigueur le

28 février 2002. Il impose un processus officiel

aux banques et aux sociétés de fiduciaire et de

prêt, en fixant des délais de préavis que les

institutions doivent respecter pour informer

leurs clients de la fermeture de succursales.

Cette exigence donne aux consommateurs et

aux collectivités l'occasion d'envisager d'autres

possibilités, de trouver des moyens de réduire

au minimum les répercussions des fermetures

de succursales ou de découvrir d'autres

ressources pour répondre à leurs besoins en

services bancaires.

L'ACFC a présenté son cadre de conformité à l'industrie et aux divers groupes de consommateurs au cours du printemps 2002. Le cadre est entré en vigueur le 30 septembre 2002. Pendant l'automne de cette année-là, la Direction a mené à bien son premier examen général annuel des institutions financières visant à déterminer leur degré de conformité aux dispositions visant les consommateurs.

La Direction a également fait paraître un bulletin trimestriel, intitulé *Connexion conformité*, qui a pour objectifs d'informer les institutions des cas de conformité qui ont surgi et de promouvoir de meilleures pratiques en matière de conformité.

Les questions les plus courantes que l'ACFC traite sont les suivantes.



Outre qu'elle s'appuie sur les plaintes des consommateurs pour suivre de près les pratiques courantes des institutions, l'Agence soumet les institutions financières à un examen général annuel pour vérifier si elles appliquent convenablement son cadre de conformité et respectent leurs obligations en vertu des dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables. Le commissaire rend compte des résultats des examens au ministre.

Méthodes d'examen

À l'automne 2002, l'Agence a amorcé son premier examen général annuel, qui a porté sur toutes les institutions financières sous réglementation fédérale. C'est ainsi que 384 examens ont eu lieu. Ceux-ci visaient les banques nationales et étrangères au Canada, les succursales de banques étrangères ainsi que les sociétés de fiduciaire et de prêt. Les examens se sont déroulés par entrevue détaillée au téléphone avec les agents responsables de la conformité des institutions ou au moyen d'un questionnaire.

À l'issue des consultations tenues en 2001-2002, l'ACFC a mis son cadre de conformité au point. Le cadre indique aux institutions les règles que l'ACFC applique pour assurer la conformité aux lois et aux règlements.

Faits saillants

Grâce à ce processus annuel, aux examens portant sur des questions de préoccupation spécifiques et au suivi détaillé des questions courantes mises au jour par les plaintes des consommateurs, nous avons l'assurance de disposer d'un système de surveillance efficace qui attirera notre attention sur les cas de non-respect importants qui surgiront.

Pour la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie, l'exercice 2002-2003 a été productif. À l'issue des consultations tenues en 2001-2002, l'ACFC a mis son cadre de conformité au point. Le cadre indique aux institutions les règles que l'ACFC applique pour assurer la conformité aux lois et aux règlements. Il explique le traitement des plaintes des consommateurs par l'ACFC, le processus d'autosurveillance des institutions financières et les mesures mises en place par l'Agence pour renforcer la conformité.

Les agents de conformité de l'Agence ont envoyé à l'avance aux institutions un guide pour les aider à se préparer à l'entrevue. Les entrevues se sont déroulées sur une période de trois mois.

Étant donné qu'un nombre limité de dispositions visant les consommateurs s'applique aux sociétés d'assurances, l'Agence a adapté son questionnaire pour obtenir de l'information sur leur situation en matière de conformité. Il n'a pas été nécessaire de tenir des entrevues en bonne et due forme avec les sociétés d'assurances.

Figure 5 (suite)

| | | | |
|---|---|--|--|
| Dossiers ¹ en suspens à la fin de l'exercice 2001-2002 ² | Dossiers ouverts pendant l'exercice 2002-2003 | Dossiers fermés pendant l'exercice 2002-2003 | Dossiers à la fin de l'exercice 2002-2003 |
| — | 8 | 8 | 0 |
| Fournir une copie de la procédure de traitement des plaintes ⁷ | | | |
| Ventes liées | | | |
| Ventes liées avec coercition | 1 | 8 | 1 |
| Déclaration non affichée sur les ventes liées | — | 12 | — |
| Sous-total des cas liés aux dispositions visant les consommateurs | 23 | 374 | 313 |
| CODES DE CONDUITE ⁸ ET ENGAGEMENTS PUBLICS ⁹ | | | |
| Accès aux services bancaires | | | |
| Aucun dépôt ni solde minimal requis pour ouvrir un compte | — | 1 | 1 |
| Refus d'ouvrir — Généralités | 1 | 9 | 9 |
| Refus d'ouvrir — Faillite | — | 32 | 32 |
| Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit | 7 | 80 | 75 |
| Refus d'ouvrir — Situation en matière d'emploi | — | 3 | 2 |
| Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable | 1 | 28 | 28 |
| Code sur les cartes de débit | — | 67 | 58 |
| Engagements publics pris par les institutions financières | — | 67 | 58 |
| Engagement d'encaisser les chèques du gouvernement fédéral (d'un montant inférieur à 1 500 \$) | 1 | 8 | 9 |
| Cartes de crédit | — | 8 | 4 |
| Investissements | — | 2 | 2 |
| Autres | — | 4 | 3 |
| Sous-total des cas liés aux codes de conduite et aux engagements publics | 10 | 242 | 223 |
| DÉPÔT DE DOCUMENTS | | | |
| Documents concernant les fermietures de succursales | 13 | 302 | 281 |
| Copie de la procédure de traitement des plaintes | — | 67 | 59 |
| Déclaration sur les responsabilités envers la collectivité | — | 6 | 6 |
| Sous-total des cas liés au dépôt de documents | 13 | 375 | 346 |
| TOTAL GÉNÉRAL | 46 | 991 | 882 |
| 155 | | | |

1 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

2 Un écart est constaté par rapport aux données rapportées durant l'exercice précédant en raison des améliorations apportées au système.

3 Comprend les questions concernant les écarts entre les taux d'intérêt, les montants des paiements et les responsabilités d'un cosignataire.

4 Comprend les questions concernant les paiements et les frais financiers connexes.

5 Il s'agit de services comme les produits d'assurance.

6 Comprend les questions concernant les changements en matière de paiement et le calcul des pénalités.

7 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

8 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

9 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

1 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
 2 Un écart est constaté par rapport aux données rapportées durant l'exercice précédent en raison des améliorations apportées au système.
 3 Comprend les questions concernant les écarts entre les taux d'intérêt, les montants des paiements et les responsabilités d'un cosignataire.
 4 Comprend les questions concernant les paiements et les frais financiers connexes.
 5 Il s'agit de services comme les produits d'assurance.
 6 Comprend les questions concernant les changements en matière de paiement et le calcul des pénalités.
 7 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
 8 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).
 9 Pour une définition de ce terme, voir l'annexe A (Glossaire).

Figure 5 — Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs et aux codes de conduite

Dossiers
en suspens
à la fin de
l'exercice
2002-2003

Dossiers
fermés
pendant
l'exercice
2002-2003

Dossiers
ouverts
pendant
l'exercice
2002-2003

Dossiers
à la fin de
l'exercice
2001-2002²

DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS

Comptes

Préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais

Divulguation de l'information sur les comptes, des frais ou des services

Divulguation des frais de tenue de compte

Divulguation des taux d'intérêt applicables aux comptes et des méthodes de calcul

Remise des conventions de compte et de la procédure de traitement des plaintes

Fermetures de succursales

Donner le préavis requis

Demandes visant la modification des exigences de préavis

Demandes visant la tenue de réunions

Coût d'emprunt (CE) — Généralités³

Cartes de crédit

Cartes de crédit — Généralités⁴

Divulguation du taux d'intérêt annuel applicable aux cartes de crédit

Divulguation des changements apportés au CE pour les cartes de crédit

Divulguation du CE, du taux d'intérêt ou des frais applicables aux cartes de crédit

Divulguation concernant les services facultatifs⁵ pour les cartes de crédit

Réception des relevés mensuels de cartes de crédit

Divulguation des frais

Divulguation des intérêts — Publicité

Chèques du gouvernement fédéral — Frais d'encaissement

Retenues sur les chèques — Pour les dépôts

Dépôts indexés

Informez les consommateurs sur la façon de communiquer avec l'ACFC

Prêts

Prêts — Généralités⁶

Avis de changement ou de modification de l'accord de prêt ou du CE

Obligation de divulguer le CE dans les annonces publicitaires

Obligation de divulguer le CE lorsque le prêt est accordé

Obligation de fournir de l'information sur le remboursement des prêts, les rabais ou les frais

Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque

Parmi les instruments de surveillance dont dispose la Direction, mentionnons les évaluations « mystères », les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel de la situation des institutions financières fédérales et les études effectuées par des tiers. Les méthodes que nous utilisons pour assurer la conformité vont des mesures administratives à l'imposition d'amendes et, s'il le faut, à la publication de la nature des violations. L'approche que nous adoptons dans un cas donné dépend de plusieurs facteurs, notamment la gravité et la fréquence du problème, la mesure dans laquelle l'institution financière a agi délibérément ou par négligence, et les antécédents de l'institution financière en matière de conformité.

L'annexe B (p. 63) présente le processus de gestion des cas que suit l'ACFC pour les violations présumées des dispositions visant les consommateurs. L'annexe C (p. 64) énumère les règlements et les dispositions visant les consommateurs dont l'application est suivie de près par l'Agence. L'annexe D (p. 66) présente l'état des règlements.

La figure 5 présente une ventilation des questions de conformité traitées par l'Agence depuis sa création le 24 octobre 2001. Au 31 mars 2002, 46 cas étaient en instance, comparativement à 155 cas au 31 mars 2003. En 2002-2003, l'Agence a ouvert 991 dossiers contre 539 au cours de l'année précédente. En 2002-2003, l'Agence a fermé 882 dossiers, en hausse par rapport à 493 en 2001-2002.

- Les codes volontaires sont des engagements que les institutions financières mettent en place de leur propre gré. Ils portent sur des sujets comme les cartes de débit et les relations en matière de crédit avec les petites entreprises. Étant donné qu'il s'agit de codes volontaires, l'ACFC ne peut pas obliger les institutions financières à les appliquer, mais elle s'attend à ce que les institutions financières s'y conforment. À cette fin, elle surveille le respect des codes, enquête sur les plaintes déposées à leur sujet et rend publics les résultats de sa surveillance.
- Les responsabilités de la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie sont les suivantes :
 - faire enquête sur les plaintes des consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois pertinentes et y donner suite;
 - gérer l'application du cadre de conformité et veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment;
 - assurer le respect des codes de conduite volontaires ou des engagements publics visant à protéger les intérêts des consommateurs;
 - surveiller les systèmes de suivi de l'ACFC en vue de déceler des tendances.

Les codes volontaires sont des engagements que les institutions financières mettent en place de leur propre gré. Ils portent sur des sujets comme les cartes de débit et les relations en matière de crédit

| Figure 4 — Statistiques concernant le site Web de l'ACFC, selon l'année | | | |
|---|--------|---------|--|
| Du 24 octobre 2001 au 31 mars 2002 | | | |
| Du 1 ^{er} avril 2002 au 31 mars 2003 | | | |
| Nombre de visites ¹ | 34 718 | 132 197 | |
| Nombre moyen de visites par jour | 190 | 362 | |
| Durée moyenne des visites ² | 16:27 | 13:38 | |
| Durée médiane des visites ³ | 2:14 | 2:23 | |

- 1 **Nombre de visites** : Nombre de fois qu'un visiteur a consulté le site de l'ACFC. Si la limite du temps mort est dépassée, on suppose qu'il a mis fin volontairement à la visite. Si le visiteur continue à consulter le site après la limite du temps mort, on considère qu'il s'agit d'une nouvelle visite. La limite du temps mort par défaut est de 30 minutes.
- 2 **Durée moyenne des visites** : Moyenne = durée totale de la visite du site ÷ nombre total de visites.
- 3 **Durée médiane des visites** : La médiane est le point milieu à partir duquel la moitié des visites sont plus longues et l'autre moitié, plus courtes. La durée médiane se rapproche plus souvent de la durée d'une visite « type » que de la durée moyenne des visites.

Site Web de l'ACFC

Le site Web de l'ACFC (www.acfc-fcac.gc.ca) permet de présenter l'Agence au public. Entre le 24 octobre 2001 et le 31 mars 2002, l'ACFC a reçu en moyenne 190 visiteurs par jour, et ce chiffre a augmenté pour passer à 362 visites par jour entre le 1^{er} avril 2002 et le 31 mars 2003 (voir la figure 4). La rubrique Pour les consommateurs du site Web est celle qui est la plus visitée, suivie de la rubrique Salle des médias.

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

- la divulgation des politiques sur la retenue des fonds sur les chèques;
 - la divulgation des politiques sur la retenue des fonds sur les chèques;
 - la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC;
 - l'établissement d'une procédure de traitement des plaintes;
 - la divulgation du coût d'emprunt.
- La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC a pour tâche de surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs de la Loi sur les banques, de la Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt, de la Loi sur les sociétés d'assurances et de la Loi sur les associations coopératives de crédit. La Direction s'occupe également de veiller au respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics des institutions financières ou de leurs associations.

Société d'assurance-dépôts du Canada, qui en assure la gestion. Des agents d'information y sont affectés pour répondre aux questions des consommateurs; ils offrent leur aide dans les deux langues officielles.

Le Centre est ouvert de 8 h 30 à 18 h (heure normale de l'Est). Les personnes qui appellent peuvent laisser un message après les heures d'ouverture, pendant les fins de semaine et les jours fériés. On répond aux messages le jour ouvrable suivant.

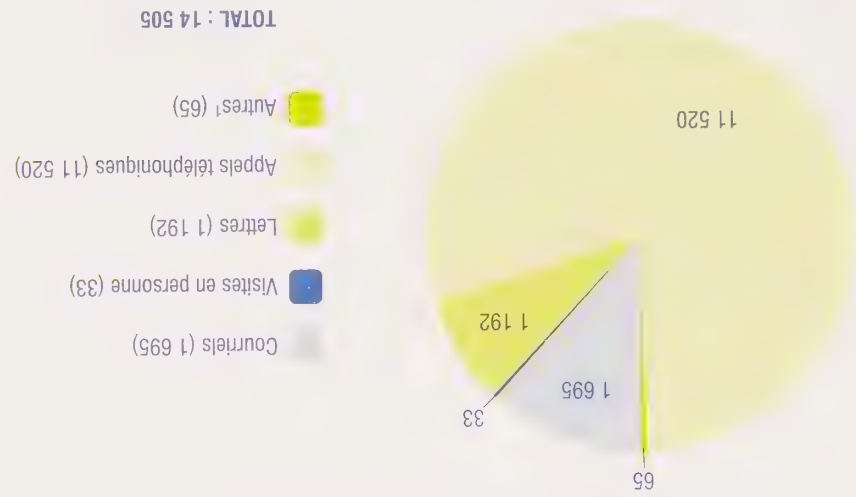
À des fins de statistiques, on demande aux personnes qui appellent d'indiquer leur code postal et de préciser comment ils ont entendu parler de l'ACFC.

La figure 3 révèle qu'approximativement 82 p. 100 des communications reçues par l'ACFC au cours de l'exercice écoulé ont été faites par téléphone au Centre de communications avec les consommateurs. (Voir la figure 12, p. 36, qui contient des données réparties par sujets.)

Centre de communications avec les consommateurs

En février 2003, l'ACFC a accueilli le Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier, auquel ont assisté des représentants des organismes de réglementation et de sensibilisation de six agences de cinq pays et des Nations Unies, ainsi que des représentants des partenaires du gouvernement fédéral. Le Forum a permis de créer un réseau international d'organismes de réglementation tout en favorisant de précieux échanges d'information. Les enjeux les plus courants auxquels tous les organismes faisaient face étaient la communication en langage simple de l'information sur les produits financiers et la façon d'informer les consommateurs de leurs droits.

Figure 3 — Nombre total de communications destinées à l'ACFC (pour l'exercice 2002-2003), par sources



1 Dossiers ouverts par l'ACFC au sujet d'une éventuelle question de conformité ainsi que plaintes signalées à l'ACFC par les institutions financières fédérales.

En février 2003, l'ACFC a accueilli le Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier, auquel ont assisté des représentants des organismes de réglementation et de sensibilisation de six agences de cinq pays et des Nations Unies, ainsi que des représentants des partenaires du gouvernement fédéral. Le Forum a permis de créer un réseau international d'organismes de réglementation tout en favorisant de précieux échanges d'information.

Articles parus dans les journaux et les revues

En février et en mars 2003, la Direction a rédigé des articles sur les cartes de crédit et sur les droits et responsabilités des consommateurs, qu'elle a fait paraître dans des journaux communautaires et ruraux, partout au Canada.

Ces articles pouvaient être lus par environ 1 million de consommateurs canadiens.

La Direction a également placé une annonce pleine page dans *Protégez-Vous*, un magazine de consommation du Québec qui compte quelque 70 000 lecteurs. L'ACFC songe à faire paraître une annonce semblable dans la revue de langue anglaise *50 Plus* en 2003-2004.

Demandes de renseignements et plaintes des consommateurs

L'ACFC reçoit de nombreux appels, courriels, lettres et visites de consommateurs désireux d'en savoir plus sur une vaste gamme de sujets. *Demandes de renseignements et plaintes* est une nouvelle publication trimestrielle qui fait connaître la nature des demandes et des plaintes adressées à l'Agence.

Cette publication est diffusée par courriel aux médias et elle est accessible en direct dans le site Web de l'ACFC. La version électronique contient les questions les plus courantes posées par les consommateurs qui communiquent avec l'ACFC ainsi que des réponses faciles à comprendre.

Jeux-questionnaires

La Direction a produit deux jeux-questionnaires interactifs, accessibles dans le site Web :

le « Jeu-questionnaire sur les droits et

responsabilités » et le « Jeu-questionnaire sur les cartes de crédit ». Ces jeux-questionnaires sont conçus pour aider les consommateurs à évaluer leurs connaissances sur les produits financiers et sur leurs droits en vertu des lois fédérales. Les deux jeux-questionnaires

contiennent des réponses rédigées en un langage simple afin que les consommateurs puissent se renseigner tout en vérifiant leurs réponses.

Comment vous protéger contre la fraude par carte de débit

À titre de membre du Groupe de travail sur les transferts électroniques de fonds, la Direction a participé à la préparation de *Comment vous protéger contre la fraude par carte de débit*. Il s'agit d'une brochure qui explique aux consommateurs quoi faire s'ils sont victimes de ce type de fraude et qui contient de l'information sur les questions de responsabilité. Les consommateurs peuvent consulter la brochure dans le site Web d'Industrie Canada (<http://strategis.ic.gc.ca/SSGF/ca01832f.html>) ou en activant un lien à partir du site Web de l'ACFC ([www.acfc-fcac.gc.ca/tra/con consommateurs/ressources/](http://www.acfc-fcac.gc.ca/tra/con consommateurs/ressources/cartesdebit.asp)

Liaison externe

En 2002-2003, la Direction s'est unie à la Société d'assurance-dépôts du Canada pour participer au Salon financier à titre d'exposant. Cet importent salon professionnel du secteur financier, qui s'est tenu à Toronto et à Vancouver, a attiré près de 10 000 consommateurs canadiens. Le stand de l'Agence et les documents d'information qu'on pouvait s'y procurer ont grandement contribué à la visibilité de l'ACFC. Divers documents d'information étaient exposés, notamment une nouvelle brochure de l'ACFC, une nouvelle publication produite conjointement par l'ACFC et la SADC ainsi qu'un cédérom contenant les principales publications de l'ACFC.

À la fin de janvier 2003, à titre de projet pilote, l'ACFC a organisé un envoi postal général de la publication *Vos finances — réalité et fiction* produite conjointement par l'ACFC et la SADC. La publication a été distribuée à 22 500 ménages de la région de Halifax.

Les cartes de crédit :

à vous de choisir

Pendant l'année, la Direction a produit trois numéros de ce guide très apprécié du public. Rédigée en un langage clair, la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir* explique :

- les types de cartes de crédit offertes aux consommateurs au moyen de tableaux comparatifs qui mettent en valeur les taux d'intérêt et d'autres facteurs;

- la terminologie propre aux cartes de crédit;
- la façon d'épargner de l'argent en cas de report de solde;

- le mode de calcul des intérêts appliqués aux cartes de crédit;

- la période « sans intérêt » applicable aux nouveaux achats;

- comment profiter au maximum des taux de lancement peu élevés;

- comment établir des antécédents en matière de crédit;

- comment se protéger contre les transactions non autorisées.

Guide du coût des services bancaires

Ce nouveau guide est une version plus complète du *Guide du consommateur de services bancaires de base* publié l'année dernière. Il a été conçu essentiellement sous la forme d'un outil interactif en direct que les consommateurs de produits et de services financiers peuvent utiliser pour trouver le forfait de services bancaires qui répond le mieux à leurs besoins. Il présente la quasi-totalité des forfaits de services qu'offrent 14 institutions financières canadiennes.

Le point sur les frais d'utilisation d'un GAB

L'ACFC a également produit une version imprimée interactive et facile à utiliser de ce guide à l'intention des Canadiens qui ne savent pas comment utiliser un ordinateur ou qui n'y ont pas accès. Les deux versions contiennent de l'information sur les comptes pour étudiants, pour jeunes et pour personnes âgées ainsi que sur les comptes à frais peu élevés, et des conseils et renseignements visant à aider les consommateurs à réduire leurs frais bancaires mensuels.

Brochures

La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a poursuivi sa recherche sur les frais liés à l'utilisation d'un guichet automatique bancaire et a préparé une mise à jour accessible dans le site Web de l'ACFC, qui permet aux consommateurs de se tenir au courant des frais imposés pour les retraits effectués aux GAB.

La Direction a continué de mieux faire connaître les obligations des institutions financières et les responsabilités des consommateurs en publiant un certain nombre de brochures traitant de sujets spécifiques :

- Et si votre succursale fermait ses portes?
- Vous éprouvez des difficultés?

Comptes à frais peu élevés

- La protection de vos intérêts

- Nous travaillons à éduquer et à protéger les consommateurs

- Une nouvelle approche concernant l'aide aux consommateurs

- Ce que vous ne savez pas peut vous toucher

Pendant l'année, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a distribué plus de 95 000 publications à divers groupes, notamment les consommateurs, les groupes de défense des consommateurs, les parlementaires, les bibliothèques et les institutions

Diffusion de l'information

Pendant l'année écoulée, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a distribué plus de 95 000 publications à divers groupes, notamment les consommateurs, les groupes de défense des consommateurs, les parlementaires, les bibliothèques et les institutions financières.

Les visiteurs du site Web de l'ACFC ont téléchargé les publications de l'Agence plus de 45 000 fois. La Direction a distribué près de 10 000 publications préparées par l'Agence lors des salons professionnels auxquels elle a participé. Des consommateurs à titre individuel et des organisations ont demandé et reçu plus de 9 500 publications.

Les trois documents les plus demandés étaient les suivants : Les cartes de crédit : à vous de choisir (21 115 exemplaires); le Guide du consommateur de services bancaires de base (13 347 exemplaires); et la brochure *Ce que vous ne savez pas peut vous toucher* (12 660 exemplaires).

Certains chiffres pourraient être approximatifs, car l'ACFC n'avait pas accès à un système de suivi complet du début à la fin de l'exercice. Nous savons cependant que pendant la période considérée, l'Agence a été mentionnée au moins 249 fois par les médias. La figure 1 montre que l'ACFC et les documents d'information qu'elle prépare ont fait l'objet de mentions plus nombreuses suite à la parution de nouvelles publications de premier plan comme le Guide du coût des services bancaires et le numéro du printemps de Les cartes de crédit : à vous de choisir. L'ACFC a bénéficié d'une importante couverture médiatique, à l'échelle du Canada, dans les deux langues officielles.

Ce type de couverture est de loin la façon la plus rentable d'informer les Canadiens et de les sensibiliser aux activités que mène l'ACFC. Les journaux jouent un rôle particulièrement utile en transmettant nos messages. Les statistiques révèlent que la plupart des consommateurs qui se sont adressés à notre centre d'appels avaient trouvé le numéro de téléphone de l'ACFC dans le journal. Les médias nous ont permis de joindre des millions de Canadiens en un laps de temps très court.

Figure 2 — Distribution des documents d'information de l'ACFC, du 1^{er} avril 2002 au 31 mars 2003

| Documents téléchargés du site Web de l'ACFC | Demandes directes de l'ACFC | Par la liste de distribution de l'ACFC | Liaison spéciale ¹ | Total partiel |
|---|-----------------------------|--|-------------------------------|---------------|
| Brochures | 17 224 | 8 245 | — | 27 969 |
| Publication conjointe ACFC et SADC | — | — | 25 000 | 25 000 |
| Rapports ² | 28 392 | 1 350 | 8 020 | 42 762 |
| Total | 45 616 | 9 595 | 8 020 | 32 500 |
| | | | | 95 731 |

- ¹ Comprend le publipostage, les salons professionnels et les réunions.
- ² Comprend le Rapport annuel de l'ACFC, le Guide du coût des services bancaires, Demandes de renseignements et plaintes et Les cartes de crédit : à vous de choisir.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada exige que l'ACFC sensibilise les consommateurs aux obligations des institutions financières en vertu des dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables et favorise leur compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent. À cette fin, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques exerce les fonctions suivantes :

- préparer des documents d'information pour permettre aux consommateurs de mieux connaître les obligations législatives des institutions financières, ainsi que les produits et les services financiers;
- En 2002-2003, l'ACFC n'a pas cessé d'accroître ses activités en matière de publication et elle a lancé plusieurs nouvelles initiatives de communication. La figure 1 fait état de la couverture médiatique dont l'ACFC a fait l'objet en 2002-2003 par les médias imprimés, radiodiffusés et électroniques.

Relations avec les médias

- mener des travaux de recherche et des sondages;
- diffuser de l'information par l'intermédiaire des médias, du site Web de l'ACFC et des intervenants;
- assurer la liaison avec les groupes communautaires, les associations et d'autres intervenants.

Figure 1 — Mentions par les médias, par sujets
Du 1^{er} avril 2002 au 31 mars 2003

| Sujets | Nombre | Pourcentage |
|--|------------|-------------|
| Comptes | 19 | 8 |
| Rapport annuel | 7 | 3 |
| Frais bancaires | 12 | 5 |
| Services bancaires | 5 | 2 |
| Encaissement des chèques du gouvernement fédéral | 9 | 4 |
| Guide du coût des services bancaires | 34 | 13 |
| Cartes de crédit | 44 | 17 |
| Les cartes de crédit : à vous de choisir (automne) | 15 | 6 |
| Les cartes de crédit : à vous de choisir (printemps) | 47 | 19 |
| Salon financier | 5 | 2 |
| Généralités | 29 | 12 |
| Prêts à rembourser le jour de paye | 5 | 2 |
| Autres | 18 | 7 |
| Total pour l'exercice | 249 | 100 |

N.B. Englobe la couverture médiatique imprimée, radiodiffusée et électronique. Les résultats pourraient sous-estimer le nombre réel de mentions pendant la période, car l'ACFC ne disposait pas d'un système de suivi complet pendant toute l'année.

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada exige que l'ACFC sensibilise les consommateurs aux obligations des institutions financières en vertu des dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables et favorise leur compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.

Le bilan de l'année

Rôles opérationnels, responsabilités et réalisations

Le commissaire

Le commissaire de l'ACFC est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans. Bill Knight est le premier commissaire de l'Agence. Ses responsabilités comprennent les suivantes :

- déposer chaque année un rapport au Parlement et rendre compte régulièrement au ministre des Finances des activités et des constatations de l'ACFC;

- gérer les activités de l'ACFC, notamment

assumer la responsabilité de tous les aspects de la gestion des programmes, des finances, de l'administration et des ressources humaines;

- surveiller plus de 470 institutions financières

sous réglementation fédérale pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions

législatives visant les consommateurs qui

leur sont applicables, de même qu'à leurs

propres codes de conduite volontaires et

engagements publics;

- élargir les initiatives lancées à l'échelle

nationale en matière d'éducation pour définir

et répondre aux besoins des consommateurs

sur le plan des connaissances financières.

Le commissaire est membre d'office du conseil d'administration de la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC) et siège au Comité de régie du conseil. Il fait aussi partie du Comité de surveillance des institutions financières, préside par le surintendant des institutions financières. De plus, il est membre du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances, et à ce titre, il fournit des conseils sur les grandes questions de consommation et, ce faisant, apporte une importante contribution aux conseils stratégiques que le Comité fournit au ministre des Finances.



des décisions que j'ai formulées à titre de commissaire et constateront que je considère une violation comme étant très grave, ils acquerront davantage d'assurance quant à leur droit de participer pleinement dans ce domaine.

Pour l'ACFC, l'imputabilité, la transparence et, surtout, la participation des citoyens sont primordiales. Pour favoriser la participation, nous sommes résolus à faire en sorte que les institutions financières s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs. Mais nous tenons également à fournir aux consommateurs les moyens de prendre des décisions éclairées en matière financière, car nous savons que des citoyens avertis stimulent la discipline concurrentielle dans le secteur financier.

Nous avons beaucoup travaillé pour faire respecter la loi et pour améliorer le secteur, mais nous avons encore énormément à faire. Par exemple, nous avons entrepris l'examen de centaines de documents d'information hypothécaires, à la grandeur du secteur, en raison de nos craintes quant à la façon dont l'information est communiquée aux consommateurs.

En 2003-2004, l'ACFC :

- continuera de surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs;

- effectuera des travaux de recherche qualitative pour que les documents d'information que nous préparons à l'intention des consommateurs soient plus accessibles aux groupes à faible revenu et peu instruits;

- continuera de sensibiliser le public à ses services en entretenant des relations avec les journalistes et les chroniqueurs sur les questions de consommation financière, ainsi qu'avec les médias universitaires, ethniques et communautaires;

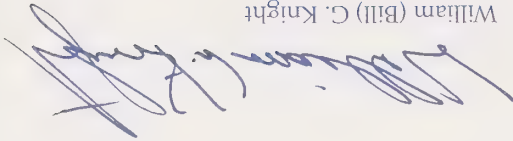
- continuera de faire paraître des publications, nouvelles et améliorées, à l'intention des consommateurs, afin de combler le manque d'information décèle sur le marché, par exemple le *Guide du coût des services bancaires* (qui pourrait toucher 5 millions de lecteurs), une version améliorée du rapport *Les cartes de crédit : à vous de choisir*, et de nouveaux documents d'information pour les consommateurs traitant de questions relatives à l'ouverture de comptes, aux prêts, aux hypothèques et aux antécédents de crédit.

Suite à cette première année d'activités complète, je tiens à exprimer ma profonde reconnaissance envers les Canadiens pour le vif intérêt qu'ils ont manifesté à l'égard des questions financières et pour la diligence dont ils ont fait preuve en portant leurs préoccupations à l'attention de l'Agence.

Je remercie également nos nombreux intervenants, y compris les associations qui œuvrent pour les consommateurs et les institutions financières que nous réglémentons, pour leur précieuse contribution à l'amélioration du secteur financier, dans l'intérêt du secteur et des consommateurs.

Enfin, je tiens à souligner la qualité du travail accompli au cours de l'année écoulée par le personnel dévoué et novateur de l'ACFC. Nous devons notre succès à son dévouement envers l'Agence et sa mission.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,


William (Bill) C. Knight

2 MacKinnon, p. xii.

En communiquant aux consommateurs des renseignements leur permettant de prendre des décisions éclairées en matière financière, et en surveillant la façon dont les institutions financières s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs, l'ACFC s'intègre naturellement dans ce contexte social élargi. À mesure que le public prendra davantage conscience des activités que mène l'ACFC, les citoyens se rendront compte que notre intention est de tenir les institutions responsables de leurs actes dans le secteur des services financiers. Lorsque les Canadiens prendront connaissance

des affaires? »

Les auteurs de *Dialogue entre citoyens sur l'avenir du Canada* écrivent : « On attend toujours de l'État qu'il crée un climat propice à l'entreprise, qu'il fixe des normes et qu'il tienne la bride au monde

Nos activités se poursuivent

L'ACFC reçoit de nombreuses demandes de renseignements de la part de particuliers qui veulent savoir comment s'y prendre pour obtenir une copie de leur dossier de crédit ou encore comment communiquer avec une agence d'évaluation du crédit. Nous recevons également beaucoup de plaintes de la part des consommateurs au sujet des erreurs commises dans leur dossier de crédit. L'ACFC se charge de fournir directement aux consommateurs les renseignements dont ils ont besoin, et elle divulgue aussi des renseignements d'ordre général sur le sujet dans son site Web et dans ses publications. D'après la nature des demandes de renseignements et des plaintes de nous avons reçues sur des questions de crédit, nous nous interrogeons sur la capacité des consommateurs à gérer les dettes qu'ils accumulent, en particulier lorsque la conjoncture économique se détériore.

Antécédents en matière de crédit

Les statistiques que nous avons établies au cours de l'exercice écoulé ont révélé que de nombreux consommateurs se tournent vers l'ACFC pour se faire aider à réduire ou à consolider leurs dettes, ou parce qu'en raison de leurs piètres antécédents de crédit, on a refusé de leur faire crédit. En conséquence, nous tenons désormais un registre des personnes que nous renvoyons à un service de conseil en matière de crédit à la consommation. Dans le même ordre d'idées, nous considérons les demandes de renseignements qui nous parviennent des consommateurs au sujet des agences d'évaluation du crédit. Il s'agit d'organismes privés assujettis à la réglementation provinciale, qui se chargent de recueillir des renseignements sur la solvabilité des consommateurs, pour ensuite les transmettre à leurs organisations membres après avoir obtenu l'autorisation préalable des intéressés.



Les connaissances en matière financière

En janvier 2003, pour la première fois, l'ACFC a participé à une réunion tenue avec plusieurs organisations œuvrant pour la défense des consommateurs qui, pour des raisons d'ordre économique ou liées au niveau d'instruction, sont enclins à connaître des problèmes financiers. Les participants à cette réunion ont discuté des problèmes auxquels ces Canadiens se heurtent et se sont penchés sur les meilleurs moyens d'intervenir auprès d'eux. Pour donner suite à cette réunion, l'ACFC songe à tenir des discussions avec les intervenants intéressés, à la fois pour envisager des initiatives conjointes et pour discuter d'un éventuel projet pilote avec des partenaires spécifiques.

Prêts sur salaire

L'ACFC fait partie du Comité sur les mesures en consommation, un groupe de travail fédéral-provincial qui s'occupe du marché du crédit à la consommation parallèle. Le Comité s'inquiète de l'incidence sur les consommateurs de ce marché qui offre des services financiers parallèles, par exemple des prêts sur salaire. À titre de commissaire de l'ACFC, j'ai accepté une demande faite par le Comité, lequel souhaite que l'ACFC prépare des documents d'information pour aider les consommateurs à comprendre les pièges du recours aux prêts sur salaire.



Fermétures de succursales

Cette année, nous avons reçu 282 préavis de fermeture de succursales, conformément aux exigences de la loi. Aucune loi n'interdit les fermétures. Au même titre que la plupart des entreprises au Canada, les institutions financières décident elles-mêmes de l'emplacement de leurs établissements et du type de service qu'elles offriront à leurs clients.

Toutefois, pour la première fois, les fermétures de succursales sont maintenant régies par des textes officiels. En vertu des nouvelles règles, les institutions financières doivent donner à leurs clients et à l'ACFC un préavis d'au moins quatre mois pour les informer de leur intention de fermer une succursale. On peut également les obliger à tenir des réunions publiques pour discuter de leur décision de fermer une succursale et des conséquences qui en découlent.

En janvier 2003, l'ACFC a participé à une réunion tenue avec plusieurs institutions financières pour la défense des consommateurs qui, pour des raisons d'ordre économique ou liées au niveau d'instruction, sont enclins à connaître des problèmes

Ce genre de réunion donne aux consommateurs et aux petites entreprises l'occasion de discuter officiellement des répercussions de la fermeture d'une succursale, car la banque est obligée de tenir une réunion et d'écouter ce que ses clients ont à dire. Les réunions publiques donnent également aux clients le temps de prendre d'autres arrangements pour leurs opérations bancaires, ce qui atténue les répercussions de la fermeture.

Certes, de telles initiatives sont un bon départ, mais on peut certainement faire plus. C'est précisément le cas lorsqu'on pense aux conséquences qu'ont les fermétures de succursales pour les personnes âgées. Le cas des consommateurs pour lesquels il ne sera pas facile de se rendre à une nouvelle succursale et celui des consommateurs qui pourraient avoir du mal à accéder aux services bancaires ou à les obtenir au moyen d'un GAB ou de la technologie nouvelle nous préoccupent particulièrement.

L'application des règles a abouti à des résultats surprenants et positifs : dans plusieurs collectivités, des consultations se sont déroulées entre les institutions financières et les habitants des collectivités pour trouver des solutions aux problèmes engendrés par la fermeture d'une succursale. Dans certains cas, les institutions ont proposé de laisser un GAB à l'emplacement de la succursale fermée. Dans d'autres cas, les heures d'ouverture du nouvel établissement bancaire ont été prolongées et parfois des dispositions ont même été prises pour assurer le transport au nouvel établissement.

Dans un cas, une coopérative de crédit a accepté de venir s'installer dans une collectivité touchée par la fermeture de la succursale bancaire. Pour sa part, la banque n'a pas exigé de frais pour le transfert des REER à la nouvelle institution. Une autre banque a laissé un de ses représentants sur place et l'a chargé de se rendre chez ses clients débiteurs d'un prêt ou d'une hypothèque.

Toutefois, notre expérience nous indique que des Canadiens se voient toujours refuser la possibilité d'ouvrir un compte bancaire en raison de leurs piétres antécédents en matière de crédit. En fait, 25 p. 100 de toutes les plaintes relatives à la conformité découlent du refus d'une banque d'ouvrir un compte. Les piétres antécédents en matière de crédit sont le motif le plus fréquemment invoqué à l'appui de ce genre de refus, suivi de la faillite.

Pour remédier à ce genre de situation, le gouvernement travaille à l'élaboration de règlements qui amélioreront l'accès aux services bancaires de base. L'année dernière, dans notre premier rapport annuel, nous avons recommandé l'adoption de règlements spécifiques sur l'accès des Canadiens aux comptes bancaires de base. Je suis heureux d'annoncer que les principaux règlements ont été élaborés et entreront en vigueur le 30 septembre 2003. Ils permettront aux Canadiens d'accéder au système financier du pays — une étape essentielle à franchir pour participer activement à notre économie et à notre société.

Je tiens à noter, à ce propos, le rôle joué par le ministère des Finances pour la conduite de nos vastes consultations auprès du secteur financier et l'avancement d'une question sociale de cette importance.

Le nouveau Règlement sur l'accès aux services bancaires de base énoncera les exigences applicables à l'ouverture d'un compte bancaire de base. Dans la plupart des cas, les piétres antécédents de crédit ou une faillite subie dans le passé ne seront plus, en soi, des motifs de refus. Certes, il existera toujours des raisons légitimes pour une banque de refuser d'ouvrir un compte. Au nombre des motifs de refus valables figurent les suivants : avoir un motif raisonnable de croire que le compte sera utilisé à des fins illégales; savoir que la personne a commis une fraude au détriment d'une institution financière au cours des sept dernières années; et découvrir que la personne a fourni de faux renseignements à la banque. L'ACFC assurera une surveillance des plus vigilantes de l'application de la réglementation sur l'accès. Nous veillerons à ce que les institutions respectent l'esprit des règlements et répondent au besoin d'accès aux services bancaires des Canadiens.



D'après moi, les gens sont prêts à devenir des citoyens participants s'ils peuvent obtenir l'information dont ils ont besoin. L'ACFC contribue largement à la participation générale des citoyens en raison de sa fonction qui l'amène à aider bon nombre d'entre eux à prendre part aux décisions qui influent sur leur vie et leur bien-être financier.

Depuis la création de l'ACFC, nous avons appris une leçon des plus importantes : en donnant suite aux plaintes des consommateurs, nous exerçons une influence sur de nombreux autres Canadiens. En effet, grâce à notre intervention auprès d'une institution financière, des éclaircissements ont été apportés à une disposition sur les pénalités d'intérêt concernant les prêts hypothécaires auxquelles s'exposent les consommateurs qui souhaitent rembourser leur solide hypothécaire avant l'échéance. Cette simple intervention de la part de l'ACFC a permis à au moins 180 000 consommateurs de mieux comprendre cet aspect des hypothèques et les futurs détenteurs d'hypothèques en tireront également profit. De même, une simple plainte reçue par l'ACFC au sujet de la non-communication de l'information concernant une carte de crédit a été lourde de conséquences : elle s'est traduite par des remboursements à plusieurs dizaines de milliers de consommateurs et par une meilleure divulgation de l'information par l'institution en cause. Nous avons également noté les réactions proactives de la part de certaines institutions financières qui ont informé l'ACFC de l'existence d'un problème tout en prenant des mesures pour le résoudre. Dans de telles situations, l'ACFC a travaillé de concert avec les institutions pour veiller à la mise en œuvre des mesures correctives prises.

L'accès à un compte bancaire de base est essentiel pour que tous les citoyens jouissent pleinement de leurs droits. Qu'il s'agisse d'encaisser un chèque de paye, de constituer un compte d'épargne pour la famille ou de payer les factures ou le loyer, l'accès à un compte bancaire est essentiel à la participation entière de tous les Canadiens à notre société.

Accès aux services bancaires

Plusieurs questions et tendances constatées au cours de la dernière année sont une source de préoccupation pour l'ACFC.

Nos préoccupations

Pour les Canadiens,

L'ACFC vise à protéger les consommateurs et à s'assurer qu'ils possèdent les connaissances dont ils ont besoin pour prendre des décisions éclairées dans le domaine financier. Nos réalisations fructueuses de la dernière année sont la preuve que l'ACFC devient une ressource très précieuse pour les Canadiens.

Au chapitre des grandes réalisations de l'ACFC, il convient également de noter qu'au cours de l'exercice écoulé, l'Agence a accueilli le premier Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier, qui s'est déroulé à Ottawa en février 2003. Les représentants des organismes de réglementation de divers pays ont pu échanger leurs connaissances au sujet des pratiques exemplaires et des pièges éventuels, et discuter des questions de l'heure comme la divulgation de l'information concernant les produits financiers, les tendances qui se dessinent en ce qui touche l'endettement des ménages et l'évolution des programmes d'éducation des consommateurs. Ce forum a également donné aux participants l'occasion de partager des outils d'apprentissage et des résultats de recherche qui leur avaient été utiles.

Au chapitre des grandes réalisations de l'ACFC, il convient également de noter qu'au cours de l'exercice écoulé, l'Agence a accueilli le premier Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans lequel ont participé des représentants de divers pays afin d'échanger leurs connaissances au sujet des pratiques exemplaires et des pièges éventuels, et de discuter des questions de l'heure comme la divulgation de l'information concernant les produits financiers, les tendances qui se dessinent en ce qui touche l'endettement des ménages et l'évolution des programmes d'éducation des consommateurs. Ce forum a également donné aux participants l'occasion de partager des outils d'apprentissage et des résultats de recherche qui leur avaient été utiles.

Ottawa en février 2003.

Tous les mois, des milliers de consommateurs canadiens s'adressent à nous pour obtenir des renseignements crédibles et compréhensibles qui les aideront à prendre des décisions financières en meilleure connaissance de cause. Ils comprennent de plus en plus que l'ACFC a un rôle clé à jouer pour les protéger et les informer. À notre avis, la mesure de notre succès ne tient pas au nombre de plaintes traitées, mais bien au nombre de personnes que nous avons aidées.

Pendant notre première année d'activités complètes, nous avons adopté des positions très fermes dans le cadre de la négociation d'ententes de conformité avec les institutions financières. En établissant ces précédents, nous avons encouragé les institutions bien établies à intégrer la conformité à leur modèle de fonctionnement et à leur mode de commercialisation, et nous avons montré aussi bien aux institutions financières qu'aux consommateurs ce à quoi ils pouvaient s'attendre de la part de l'ACFC.

Dans le cadre des recherches que nous avons menées, les citoyens ont exprimé leurs points de vue très clairement : ils veulent prendre leurs propres décisions en matière financière et ils veulent connaître les faits qui leur permettront de le faire.

Par ailleurs, nous avons entretenu des relations de travail efficaces avec les institutions financières sous réglementation fédérale. Nous avons établi un cadre de réglementation qui permet à l'ACFC de surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs des lois auxquelles elles sont assujetties. Ce cadre nous donne les moyens de veiller à la communication, par les institutions, de renseignements pertinents aux consommateurs, au respect des règles concernant les fermes de successales bancaires, à la mise en place de procédures de traitement des plaintes, à la diffusion des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité, et à l'adhésion à des organismes indépendants de règlement des différends. De plus, l'ACFC surveille que les institutions financières respectent leurs codes de conduite volontaires; elle enquête sur les plaintes; et elle rend compte au ministre, au Parlement et au public de l'observation des codes en question. L'ACFC s'est employée à établir des relations professionnelles avec les institutions financières, qui sont propices à un dialogue franc, transparentes et dans l'intérêt de tous les intervenants.

Les participants [se disent] prêts à assumer davantage la responsabilité de leur propre style de vie ou de leurs propres choix de consommation pour améliorer la situation de l'environnement et de la santé. En revanche, ils insistent pour avoir une information plus complète et plus accessible de la part des gouvernements et de l'industrie.¹

Nous avons établi un cadre qui amène les institutions financières à répondre de leur conformité aux des lois financières fédérales auxquelles elles sont assujetties.

¹ Mary Pat MacKinnon et coll., *Dialogue entre citoyens sur l'avenir du Canada : Un contrat social pour le 21^e siècle*, Ottawa, Réseaux canadiens de recherche en politiques publiques, 2003, p. 29.

Nos réalisations

En 2002-2003, nous avons entrepris de nombreuses initiatives liées à l'information et à la réglementation. Par exemple, nous avons fait en sorte que l'information diffusée dans les documents d'information hypothécaires soit plus exacte et conviviale, et nous avons amélioré la communication des conditions qui régissent l'utilisation des cartes de crédit. Nous avons établi un cadre qui amène les institutions financières à répondre de leur conformité aux dispositions visant les consommateurs des lois financières fédérales auxquelles elles sont assujetties. Nous avons fourni aux consommateurs des données comparatives sur les marchés qui n'étaient pas faciles à obtenir, par exemple des renseignements détaillés sur les frais imposés pour l'utilisation des guichets automatiques bancaires (GAB). Nous leur avons également donné des instruments d'information pour les aider à effectuer des comparaisons lorsqu'ils ont l'intention de se procurer une carte de crédit et d'obtenir des services bancaires. Nous avons produit plusieurs brochures et publications, toujours dans l'optique de l'éducation des consommateurs, et nous avons reçu des dizaines de milliers de demandes d'exemplaires de la part des Canadiens.

L'intérêt que l'ACFC a suscité de la part des médias et du public témoigne de notre succès. Moyennant des dépenses minimes, nous avons réussi à mobiliser l'attention des médias, d'un océan à l'autre. Entre le 1^{er} avril 2002 et le 31 mars 2003, il a été question de l'ACFC dans tous les grands quotidiens vendus dans les principaux centres urbains du pays, et dans des journaux communautaires, à la radio et à la télévision, dans des émissions bien connues d'actualité et traitant des questions de consommation et des affaires. Cette couverture a permis à des millions de Canadiens de se rendre compte que nous sommes là pour les aider, et elle explique les milliers de communications qui ont eu lieu entre les Canadiens et l'Agence, au moyen de notre site Web, par courriel, par télécopieur et par l'intermédiaire de notre Centre de communications avec les consommateurs.



Communiquer avec les Canadiens

Lettre du commissaire

Pendant la première année d'activités complète de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC), nous nous sommes essentiellement employés à aider les Canadiens à faire face à la multitude de questions financières qui ont des répercussions sur leur vie quotidienne. Nous nous sommes engagés à familiariser les consommateurs avec leurs droits et responsabilités, et à les aider à comprendre les produits et les services financiers qu'ils utilisent.

En 2002-2003, à titre d'organisme de réglementation, nous nous sommes penchés sur de grandes questions de consommation comme l'accès aux comptes bancaires, les fermetures de succursales bancaires, ainsi que la divulgation des taux d'intérêt appliqués aux cartes de crédit et des frais connexes, et du coût d'emprunt. Nous avons également travaillé à la mise en place d'un cadre de conformité pour les institutions financières, qui prévoit des mécanismes de surveillance de la conformité et de repérage des modes de comportement. Pendant l'année, j'ai constaté que dans 23 cas, on a enregistré 43 violations des dispositions visant les consommateurs et 13 cas de non-respect des codes de conduite (voir les figures 9 et 10, p. 32 et 33).

Pour favoriser l'amélioration suivie du secteur financier, nous avons fourni de l'information à chaque institution financière ainsi qu'aux consommateurs sur le nombre de plaintes et de demandes de renseignements reçues pendant l'année et sur leur nature. Dans ce même ordre d'idées, nous afficherons dans notre site Web des résumés généraux des décisions que j'ai prises à l'égard des questions de conformité qui se sont présentées.

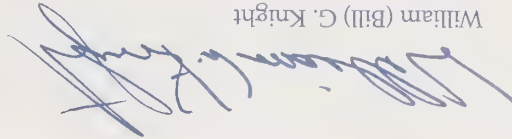


L'exécution des diverses composantes de notre mandat nous donne l'assurance que nous continuerons d'offrir une aide efficace à un nombre croissant de Canadiens souhaitant obtenir l'information qui convient, au bon moment, afin de prendre des décisions éclairées en matière financière.

En 2002-2003, à titre d'organisme de réglementation, nous nous sommes penchés sur de grandes questions de consommation comme l'accès aux comptes bancaires, de succursales bancaires, ainsi que la divulgation des taux d'intérêt appliqués aux cartes de crédit et des frais connexes, et du coût d'emprunt.

c.c. L'honorable Maurizio Bevilacqua, C.P., député,
secrétaire d'Etat (Institutions financières internationales)

William (Bill) G. Knight



Le commissaire,

J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, qui couvre la période allant du 1^{er} avril 2002 au 31 mars 2003, soit la première année d'activités complète de l'Agence.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de mes sentiments les plus distingués.

Monsieur le Ministre,

Ottawa (Ontario) K1A 0M6

Chambre des communes

Vice-premier ministre et ministre des Finances

L'honorable John Manley, C.P., député

Le 22 septembre 2003

Ottawa (Ontario) K1R 1B9

427, avenue Laurier Ouest

Edifice Enterprise

Table des matières

| | |
|--|----|
| Communiquer avec les Canadiens | 3 |
| Lettre du commissaire | |
| Le bilan de l'année | 12 |
| Rôles opérationnels, responsabilités et réalisations | |
| Plaintes et demandes de renseignements | 34 |
| d'ordre général des consommateurs | |
| Donner suite aux préoccupations des consommateurs | |
| États financiers | 45 |
| Annexes | |
| A : Glossaire | 60 |
| B : Processus de gestion des cas de l'ACFC | 63 |
| C : Dispositions et règlements visant les consommateurs | 64 |
| D : État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs au 31 mars 2003 | 66 |
| Liste des figures | 68 |

Notre mission

- L'Agence de la consommation en matière financière du Canada a pris l'engagement d'améliorer le secteur financier du Canada en :
- assurant une surveillance efficace et efficiente des institutions financières pour veiller à ce qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs;
 - fournissant de l'information qui permet aux consommateurs de comprendre leurs droits et de prendre des décisions éclairées en matière financière.

Comment communiquer avec l'ACFC

Pour obtenir plus de renseignements, formuler des commentaires ou vous procurer des exemplaires de la présente publication, veuillez communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC).

Téléphone 1 866 461-2232 (sans frais)

(Centre de communications avec les consommateurs)

Télocopieur 1 866 814-2224 (sans frais)

Courriel

information

info@acfc-fcac.gc.ca

publications

pub@acfc-fcac.gc.ca

demandes des médias

media@acfc-fcac.gc.ca

Site Web

www.acfc-fcac.gc.ca

Adresse postale

Agence de la consommation en matière financière du Canada

Edifice Enterprise, 6^e étage

427, avenue Laurier Ouest

Ottawa (Ontario) K1R 1B9

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du Chef du Canada (Agence de la consommation en matière financière du Canada)

N° de catalogue : FC1-2003

ISBN : 0-662-67487-1



Rapport annuel 2002-2003



Communiquer avec les Canadiens



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

CA1
FCA
-A56

Publication

Value for Canadians



ANNUAL REPORT 2003-2004

Protecting Consumers



Informing Canadians

Canada

Our mission

The Financial Consumer Agency of Canada is committed to improving Canada's financial marketplace by:

- supervising financial institutions efficiently and effectively with respect to meeting their obligations to consumers; and
- providing information that enables consumers to understand their rights and make informed financial decisions.

Contact information

To request additional information, make comments or obtain copies of this publication, please contact the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

Telephone 1-866-461-3222 (toll-free)
(Consumer Contact Centre)

Fax 1-866-814-2224 (toll-free)

E-mail

for information info@fcac.gc.ca

for publications pub@fcac.gc.ca

for media requests media@fcac.gc.ca

Web site www.fcac.gc.ca

Postal address Financial Consumer Agency of Canada
Enterprise Building, 6th Floor
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

© Her Majesty the Queen in Right of Canada (Financial Consumer Agency of Canada)

Cat. No.: FC1-2004

ISBN: 0-662-68255-6



Contents

| | |
|--|----|
| <i>Letter from the Commissioner</i> | 3 |
| <i>The year in review</i> | |
| Overview | 7 |
| Consumer Education and Public Affairs Branch | 9 |
| Compliance and Industry Relations Branch | 19 |
| <i>Value for Canadians</i> | |
| Issues that concern Canadians | 25 |
| Addressing Canadians' concerns | 35 |
| FCAC's operations | 37 |
| FCAC's performance | 41 |
| <i>List of charts and figures</i> | 45 |
| <i>Financial statements</i> | 46 |
| <i>Appendixes</i> | |
| A: Glossary | 59 |
| B: Consumer provisions and regulations | 62 |
| C: Status of the regulations | 64 |
| D: Major codes of conduct and public commitments monitored by FCAC | 66 |



Financial Consumer
Agency of Canada

Agence de la consommation
en matière financière du Canada

Enterprise Building
427 Laurier Avenue West
Ottawa, Ontario K1R 1B9

September 22, 2004

The Honourable Ralph E. Goodale, P.C., M.P.
Minister of Finance
House of Commons
Ottawa, Ontario K1A 0M6

Minister:

I am pleased to submit to you the annual report of the Financial Consumer Agency of Canada for the period from April 1, 2003, to March 31, 2004, its second full year of operations.

Yours truly,

William G. Knight
Commissioner

cc: The Honourable John McKay, P.C., M.P.
Parliamentary Secretary to the Minister of Finance

Canada



Letter from the *Commissioner*

The Financial Consumer Agency of Canada has now completed its second full year of operations. For us, the highlight of this year was undoubtedly the implementation of the Access to Basic Banking Services Regulations on September 30, 2003. These regulations established the legal right of Canadians to have access to basic banking services, including the right to a personal deposit account.

The new regulations now give the Agency the complete legislative authority to fulfil its mandate, which is to inform Canadians about their rights and responsibilities in the financial marketplace, and to supervise financial institutions in order to ensure that they meet their obligations to consumers. By carrying out its mandate and enforcing the new regulations, the Financial Consumer Agency of Canada provides value for both Canadians and the marketplace.

The evidence of this value is compelling. The Agency's activities are driven largely by a steadily increasing consumer demand for our services, a clear indication that Canadians are eager to obtain the help and information we offer them.

During 2003–04, requests for our print publications nearly doubled from the previous year, and there was an almost fivefold increase in downloads of electronic publications from the Agency's Web site.

The Financial Consumer Agency of Canada's relationship with Canadians provides an early warning system that alerts us to potential problems involving regulations or voluntary codes of conduct. As a result, we can take a proactive approach to such problems, dealing with them before they affect large numbers of people. This adds significantly to the value provided by the Agency since a Commissioner's decision in a single case can affect the financial situations of tens, or even hundreds, of thousands of Canadians.

During 2003–04, I made numerous decisions that demonstrated the Agency's vigorous enforcement of the regulations. Canadians expect a fair and competitive marketplace, and my decisions have reflected the Financial Consumer Agency of Canada's commitment to Canadian consumers.

Decisions during the past year touched on a number of important consumer rights and issues, including:

- coercive tied selling;
- failure to accurately disclose the cost of borrowing;
- failure to disclose credit card interest rates;
- failure to disclose mortgage rates;
- failure to display notices of charges; and
- failure to provide notice of branch closure.

My decisions resulted in the issue of numerous Letters of Reprimand, Compliance Agreements, Notices of Violation and an Administrative Monetary Penalty of \$50,000 (which is currently under appeal).

During the fiscal year 2004-05, our primary focus will be on compliance. We will strictly enforce the *Access to Basic Banking Services Regulations*. We will let consumers and financial institutions know that Canadians have the right to basic banking services, and that these rights must be respected.

At the same time, our enforcement of the regulations will be transparent. If we identify a violation that could have a far-reaching effect on consumers, we will inform the public as soon as a Commissioner's decision is final.

We will also continue to build partnerships that can help us reach Canadians and ensure that they recognize their entitlement to basic banking services. Among other initiatives, we will be working with organizations that seek to help vulnerable Canadians, especially those with lower literacy skills. In addition, we will be looking into the problems related to the obligations that banks have toward small businesses.

As I look back on what we achieved during 2003-04, I am impressed and delighted by the positive response of thousands of Canadians to the Agency's efforts. Their willingness to bring their concerns to our attention has contributed enormously to our success in fulfilling our mandate. A strong partnership has developed between the Financial Consumer Agency of Canada and Canadians; this is one of our major achievements.

I wish to thank our many other partners and stakeholders, including the financial institutions we regulate, for their valuable contributions to creating a better financial marketplace for both industry and consumers.

In closing, I would like to acknowledge the outstanding work of the Agency's experienced, energetic and innovative staff during the past year. Without the dedication they have shown to the Financial Consumer Agency of Canada and its mission, our success would not have been possible.



William G. Knight, Commissioner
Financial Consumer Agency of Canada





The year in **review**

Overview

Canadians want to make their own choices about their financial affairs. At the same time, they see the importance of government supervision of financial institutions to ensure consumer protection. The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is of notable value to Canadians because we help satisfy both needs.

At FCAC, our vision is a fair and competitive financial marketplace in which Canadians can easily obtain reliable, objective information to help them make informed financial decisions. We also believe in a marketplace where financial institutions meet their obligations to consumers, where transparency is the rule rather than the exception, and where non-compliance is dealt with swiftly and effectively.

The mandate of the Agency, along with the way in which it fulfils its mission of informing and protecting consumers, distinguishes it sharply from the mediation or ombudsperson services offered by the banks and other financial institutions. Such services are based solely on complaints received. They come into play after a consumer has encountered problems with the institution, and they respond to the specific consumer's situation. In contrast, FCAC's strategy is more proactive. We work to identify potential problems before they arise and then take pre-emptive measures to keep them from affecting large numbers of people.

Helping Canadians make informed decisions

FCAC is a gateway to plain-language information that lets consumers know their rights and responsibilities in the financial marketplace clearly and definitively. Equipped with this information, consumers can choose the financial tools and strategies that best suit their needs.

The significant growth in consumer requests for our print and electronic publications demonstrates how successful we have been in this area. Our distribution of printed brochures and booklets has nearly doubled, from 50,115 items during 2002–03 to 91,381 items during 2003–04. Downloads of Web-based information materials rose from 45,616 in 2002–03 to 221,682 — an increase of almost 500 percent.

Listening to Canadians

FCAC is listening and responding to consumers. We create our consumer education materials to address trends in the inquiries and complaints that we receive; in this way we can pinpoint and fill information gaps in the marketplace. Consumers are proving to be eager for the information we offer. During 2003–04, consumers contacted us a total of 17,880 times, compared with 14,505 times in 2002–03.

Improving the financial marketplace

FCAC is setting standards that improve the financial marketplace. We are moving toward greater transparency and disclosure, and are working with financial institutions to make sure that they provide complete, accurate and understandable information to consumers. We are also taking measures to ensure that the compliance framework we have put in place with the financial institutions is up to date.

Internally, we are setting standards for our own service performance. The results have been excellent: according to an independent survey carried out in late 2003, consumer satisfaction with FCAC is very high. Nearly 9 out of 10 survey respondents who used our Consumer Contact Centre felt that the staff they dealt with performed their jobs very well.



Consumer Education and Public Affairs Branch

Informing Canadians

During 2003–04, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch concentrated on increasing Canadians' awareness of the new banking access regulations and advising consumers about how they can obtain information that will help them make wise financial choices.

Information products and tools for Canadians

In 2003–04, the Branch greatly expanded efforts to distribute consumer information material to various audiences, including consumers, consumer groups, Parliamentarians, libraries and financial institutions.

Consumer guides

The Branch's two consumer guides, *Credit Cards and You* and the *Cost of Banking Guide*, continued to be in high demand during 2003–04.

• *Credit Cards and You*

The Branch published two issues of this very popular guide in the past fiscal year. To make it as easy as possible to use, the publication was redesigned in January 2004 as a kit containing four plain-language booklets and 10 tables

describing different types of credit cards. The kit also includes an interactive worksheet that consumers can use when shopping for a credit card, plus a glossary of credit card terms.

The four booklets in the kit are:

- *Getting the Most from Your Credit Card: Understanding the Terms and Conditions*
- *Your Rights and Responsibilities: The Cost of Borrowing with a Credit Card*
- *Managing Your Money: How to Save with a Credit Card*
- *Playing it Safe: How to Protect Your Credit Card and Credit History*

The 10 tables compare the features and fees of different credit cards, such as standard and low-rate cards, student cards, secured cards, and gold or platinum cards.

• *Cost of Banking Guide*

This user-friendly guide describes virtually all the banking service packages available from 14 Canadian financial institutions. It helps consumers compare the packages and choose the one that best suits their needs.

The interactive guide was designed in both Web and easy-to-use print formats. Both versions include information about student, youth, seniors' and low-fee accounts, and they provide tips and information to help consumers reduce their monthly banking fees.

Brochures and booklets

In its ongoing effort to promote awareness of the obligations of financial institutions and the responsibilities of consumers, FCAC published several new brochures and booklets:

- *Opening a Personal Bank Account*
- *Cashing Your Government of Canada Cheque for Free*
- *Your Rights and Responsibilities: What you should know when you open a bank account*
- *Considering an Investment Product Tied to the Stock Market's Performance? What you should know about index-linked deposits sold in Canada*
- *What you should know if your branch closes*

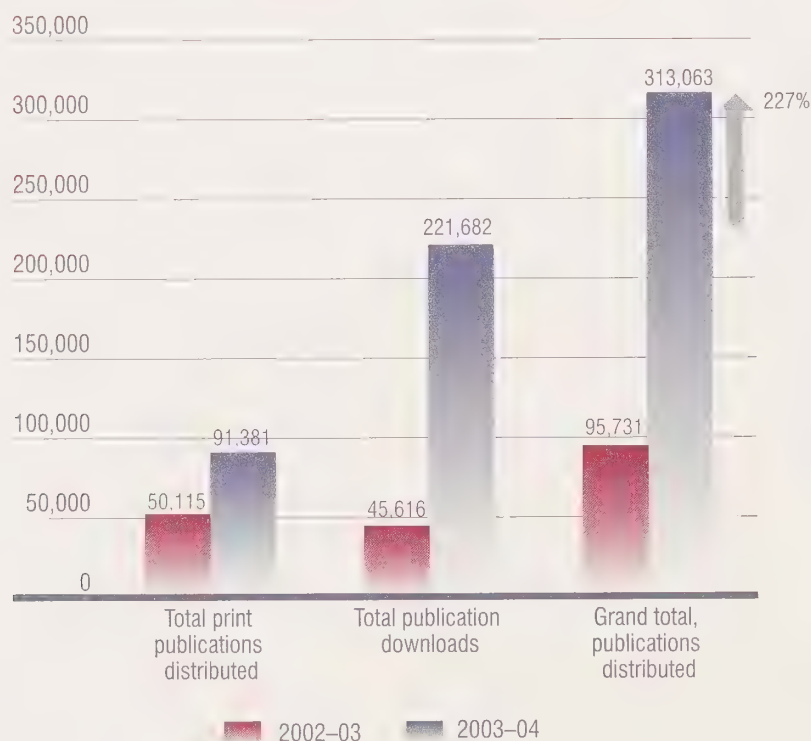
FCAC continued to distribute four previously published brochures, in both print and electronic format:

- *Protecting your interests*
- *Working to educate and protect consumers*
- *A new approach to helping consumers*
- *What you don't know can affect you*

The Branch also produced a new outreach poster to inform consumers about FCAC. Copies were distributed across Canada through various FCAC outreach partners (see "Outreach initiatives," p. 14).

Chart 1 shows the dramatic increase in the number of publications distributed by FCAC in print and through downloads from its Web site. The volume rose by a startling 227 percent in the past fiscal year.

Chart 1: Distribution of FCAC publications



Understanding the needs of lower-income, lower-literacy Canadians

To fulfil its mandate of protecting and informing consumers, FCAC must ensure that they fully understand the information given to them by the Agency.

During 2003–04, FCAC conducted several focus groups with lower-income and lower-literacy consumers to find out how they reacted to the Agency's basic printed consumer-education materials. English- and French-speaking participants in Saint John, Montréal, Toronto and Vancouver viewed two FCAC publications — *Opening a personal bank account* and *Cashing your Government of Canada cheque for free*. The materials were written in plain language. Each publication was presented in three formats: as a brochure, a booklet and an information sheet.

The focus groups helped the Agency understand how these consumers use and comprehend its materials, and how the information can be made more accessible to them. The data obtained will be invaluable in the future development of materials for this audience. As a first step, we will revise the test brochures to incorporate lessons learned. ↘

As the focus group exercise demonstrates, FCAC wants as many Canadians as possible to understand its publications. In pursuit of this goal, FCAC has established an editorial board to review specific publications and ensure that they meet plain-language standards.

We have been working as well with the Fédération canadienne pour l'alphabétisation en français. This organization has helped us assess the literacy levels of

our publications and has provided recommendations on how to make them more accessible to lower-literacy consumers.

Web site resources

The most frequently visited part of the FCAC Web site was the "For Consumers" section, followed by "Publications" and "Compliance Information."

During the past year, the site averaged close to 700 visitors per day, nearly double the daily average for the previous year. There were over 250,000 visits to the Web site during 2003–04, up from approximately 132,000 in 2002–03 (see Chart 2, p. 12).

Since the launch of FCAC's Web site in October 2001, there has been a steady rise in the number of visits per month (see Chart 3, p. 12). The peak month in the past fiscal year was January 2004, with 32,555 visits following the launch of the redesigned *Credit Cards and You*.

The documents and tools most often requested through the Web site in 2003–04 were *Credit Cards and You*, the *Cost of Banking Guide*, the *Annual Report* and the *Consumer's Guide to Basic Banking Services*. There were 221,682 downloads of FCAC publications from the site, nearly five times the figure for 2002–03.

FCAC's Web-based resources are described in the following sections.

Commissioner's decisions

Since fall 2003, FCAC has posted on its Web site the final decisions made by the Commissioner on compliance cases involving a violation of the regulations or non-adherence to a code of conduct or public commitment. By making the decisions public, FCAC is meeting its objective of transparency and disclosure.

Chart 2: FCAC Web site usage

| | Fiscal year | | |
|---|----------------------|----------|----------|
| | 2001-02 ¹ | 2002-03 | 2003-04 |
| Number of visits ² | 34,718 | 132,197 | 254,854 |
| Average number of visits per day | 190 | 362 | 696 |
| Average length of time per visit (minutes) ³ | 00:16:27 | 00:13:38 | 00:11:51 |
| Median length of time per visit (minutes) ⁴ | 00:02:14 | 00:02:23 | 00:02:33 |

New interactive tools and quizzes

Number of visits,
2003-04

| | |
|----------------------------------|--------|
| Rights and Responsibilities Quiz | 3,412 |
| Credit Card Quiz | 3,181 |
| Mortgage Quiz | 10 |
| Cost of Banking tool | 14,744 |

TOTAL VISITS, INTERACTIVE TOOLS AND QUIZZES

21,347

¹ Figures are for the period of 5½ months from the opening of the Agency on October 14, 2001, to March 31, 2002.

² The **number of visits** is the total number of times that visitors came to FCAC's site. If a visitor is idle longer than the idle-time limit, it is assumed that the visit has been voluntarily terminated. If the visitor continues to browse the site after reaching the idle-time limit, a new visit is counted. The default idle-time limit is 30 minutes.

³ The **average length of time per visit** is the total time spent on the site divided by the total number of visits.

⁴ The **median length of time per visit** is the midpoint at which half the visit lengths are longer and half are shorter. This number is often closer to the typical visit length than is the average visit length.

Chart 3: FCAC Web site visits per month, since launch



Web-only guides and updates

• *ABM Fee Updates*

The Consumer Education and Public Affairs Branch continued its research on automated banking machine (ABM) fees and produced a consumer update on fees for ABM cash withdrawals.

• *Mortgage Facts and Tips*

This is a mortgage guide for consumers, covering:

- what consumers should know before applying for a mortgage;
- consumers' responsibilities related to mortgages;
- consumers' federal rights related to mortgages;
- what consumers should know after applying for a mortgage;
- the terms and conditions of mortgages; and
- ways of paying off a mortgage more quickly.

• *Protecting Yourself Against Debit Card Fraud*

This brochure, which was developed jointly with Industry Canada, is available both from that department's Web site and through a link from the FCAC Web site. It tells consumers what to do if they fall victim to debit card fraud and provides information about liability issues.

FCAC will provide access to an updated version of the Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services as soon as amendments to the existing industry code come into force. FCAC is an observer on the Electronic Funds Transfer working group, which includes representatives of the federal government, provincial governments, financial institutions and industry. The group meets to review the code and make amendments, where warranted; the aim is to ensure that the code protects consumers and reflects current market practices.

• *Low-Cost Accounts*

This brochure describes the low-cost bank accounts available at eight Canadian financial institutions, and the features of each.

Interactive tools

• *Cost of Banking Guide*

Regularly updated, this guide allows users to enter their geographic location and consumer category.

Once they do this, the guide tells them what banking service packages are available in their region for their particular needs. They can then compare packages and choose the one that suits them best.

• *Mortgage calculators*

During 2003–04, FCAC developed a Web-based mortgage calculator. The new Mortgage Qualifier Calculator:

- helps consumers determine whether they qualify for the home they want to buy, on the basis of their current income and debt levels;
- outlines how lenders calculate the ratios that help them decide whether a consumer qualifies for a mortgage; and
- provides tips for consumers on what to do if the calculator indicates that they do not qualify for a mortgage.

Quizzes

The Branch introduced two new interactive Web-based quizzes during 2003–04. The Credit Card Quiz and the Mortgage Quiz are plain-language products that help consumers learn about the quiz subject and their rights under federal law.

Questions and Answers

Located within the "For Consumers" section of the Web site, the "Questions and Answers" page is one of the most comprehensive databases of its kind in Canada, allowing consumers to search for financial information related to their particular interests. Nearly 7,000 visitors took advantage of this resource in 2003-04 — a very strong indicator of its success.

Outreach initiatives

FCAC is a small and relatively new organization. Outreach consequently is an extremely important part of our strategy to inform and protect Canadian consumers across the broadest possible economic, social and geographic spectrum.

The two most important factors in the dramatic success of our outreach program have been the unstinting help our partners gave us by distributing materials concerning the *Access to Basic Banking Services Regulations*, and the hard work of the FCAC outreach team coordinating the program. Nearly half the publications we distributed during 2003-04 were the two brochures created by FCAC to explain the regulations, which apply to opening personal bank accounts and cashing federal government cheques.

Protecting vulnerable Canadians

Canadians with lower incomes or lower levels of literacy were among the key groups targeted by FCAC's outreach efforts during 2003-04.

To help us reach them, we looked for partners such as federal departments and not-for-profit organizations that were serving similar clients and with which we could forge strategic alliances. One indicator of the scope of our outreach program is that through it we distributed nearly 68,000 booklets and brochures.

In addition, there were large numbers of people to whom we spoke at community-based information sessions, trade shows, schools and conferences.

Government

• *Human Resources Development Canada*

In August 2003, FCAC began a pilot project with the former Human Resources Development Canada (HRDC). This included displaying FCAC information materials in HRDC offices in Winnipeg and using them in HRDC community outreach activities in southern Manitoba.

The response was positive and hundreds of publications were distributed. The project came to the attention of Service Canada program managers at HRDC headquarters. As a result, Service Canada outlets across the country began to stock the FCAC brochures *Opening a Personal Bank Account* and *A new approach to helping consumers*. In March 2004, FCAC was the "Feature of the Month" at Service Canada outlets nationwide, and thousands of FCAC brochures were distributed.

• *Canada Revenue Agency*

The former Canada Customs and Revenue Agency, now the Canada Revenue Agency (CRA), has extensive outreach operations; an example is the Community Volunteer Income Tax Program, which helps lower-income Canadians complete their tax returns. In late 2003, FCAC approached the CRA with an outreach proposal; the result was that the CRA distributed thousands of FCAC brochures about the new *Access to Basic Banking Services Regulations*.

During 2004-05, FCAC will take part in another CRA program: Teaching Taxes provides materials to help 5,000 high school teachers educate students about Canada's tax system. Teachers will be invited to offer their students FCAC publications on credit cards and banking service packages that include information specifically for students.

• *Provincial ministries*

Late in 2003, FCAC made a special effort to reach out to all provincial ministries of social services. The reason was that the new banking access regulations may make it easier for lower-income Canadians to open bank accounts, to which their benefit payments could then be deposited directly. The goal was to place FCAC's basic information — especially the access-to-banking brochures — in all provincial social service offices.

FCAC also undertook outreach to provincial consumer affairs ministries. The aim was to ensure that there were complete and up-to-date reciprocal links on their Web sites and ours, and that their call centres had information about FCAC. These initiatives will continue in 2004-05.

Non-governmental organizations

FCAC has begun to develop partnerships with various non-governmental organizations (NGOs) that serve lower-income Canadians. These include not-for-profit credit counselling agencies and public legal education and legal aid providers, such as the Public Legal Education Association of Canada and the People's Law School in Vancouver. Once again the focus is on informing Canadians about their rights, especially those related to the banking access regulations.

For example, in a keynote address to the annual meeting of Credit Counselling Canada (CCC), the FCAC Commissioner expressed a desire for CCC and FCAC to work together to improve the financial literacy of less-educated and lower-income Canadians.

CCC members belong to provincial bodies, including the Ontario Association of Credit Counselling Services (OACCS). In October 2003, FCAC launched an initiative in which OACCS displayed FCAC brochures in its offices and used FCAC publications as resource materials. This initiative was expanded in early 2004 to include CCC members in Alberta, British Columbia, New Brunswick, and Newfoundland and Labrador.

FCAC also started exploring partnerships with NGOs that help immigrants. To draw on first-hand experience in reaching these groups, we contracted with an experienced financial educator of new Canadians to present four information sessions about FCAC to audiences in Toronto at the downtown YMCA and the Yorkdale Centre. A total of 230 people attended the sessions, which were very well received.

Trade shows

In 2003-04 the Consumer Education and Public Affairs Branch again was an exhibitor at the Financial Forum. This major financial-sector trade show attracted an estimated 6,000 visitors to its Toronto venue in January 2004, and an additional 3,000 visitors to its Vancouver venue in February. FCAC's booth was updated in 2003-04 to reflect our new corporate look, and was stocked with various FCAC publications and promotional items. The new booth and the distribution of information materials greatly enhanced the Agency's visibility at the Forum.

Briefing sessions

In January 2004, FCAC held its second annual round table with the leaders of Canada's major consumer groups, including:

- the Canadian Community Reinvestment Coalition;
- the Consumers Council of Canada;
- the Consumers' Association of Canada;
- Option consommateurs;
- the Public Interest Advocacy Centre; and
- the Union des consommateurs.

FCAC provided an analysis of trends and issues developing in the financial marketplace, and solicited participants' views and input on these subjects. We also briefed participants on our compliance operations, including the findings of FCAC's mystery shopping survey (see p. 19).

International initiatives

As part of its goal to keep abreast of international regulatory trends, FCAC continued to serve as the Secretariat for the International Forum on Financial Consumer Protection and Education, created in January 2003. The Forum now has 16 member agencies in 13 countries and includes the United Nations.

In November 2003, FCAC was pleased to welcome Verona Hanlon of the Irish Financial Services Regulatory Authority (the unitary regulatory body for all financial services in Ireland, including consumer issues), who visited Canada on an International Forum exchange.

Consumer services

Consumer Contact Centre

FCAC's Consumer Contact Centre is our major point of access for consumers. Nearly 87 percent of the Canadians who contact us do so through our toll-free numbers.

Contact Centre representatives answer questions and offer assistance in both official languages from 8:30 A.M. to 6:00 P.M. Eastern time, Monday through Friday. Callers may leave a message after hours, on weekends and on statutory holidays. Their messages are answered on the next business day.

Since consumers' first impression of FCAC comes from Contact Centre representatives, they must provide superior service. They are therefore trained to:

- be knowledgeable about all aspects of the Canadian financial services sector;
- be fully familiar with and able to explain the consumer provisions enforced by FCAC; and
- have detailed knowledge of the information in FCAC publications and on the Agency's Web site.

According to a late 2003 survey on consumer satisfaction with the Contact Centre, the inquiries officers give excellent service. For details of survey findings, see p. 43.

Correspondence

During 2003-04, consumers sent 2,013 letters and e-mail messages to FCAC. All correspondence is logged into the Agency's tracking system and passed to the Correspondence Unit, which acknowledges reception of each letter or e-mail.

A correspondence officer carefully checks whether the communication refers to a possible violation of the consumer provisions. If there appears to be a potential compliance issue, the file is given to a compliance officer for investigation. If the compliance officer decides there are no compliance issues involved, the file is returned to the correspondence officer for preparation of a reply.

The Correspondence Unit normally sends a letter in response to a letter, and an e-mail in response to an e-mail. However, if more information is required, or

the matter can perhaps be cleared up verbally, or the problem appears to be urgent, the officer may simply telephone the consumer. The resulting conversation will be followed up with either a confirmation letter or a note to the case file.

In their letters, FCAC correspondence officers try to respond sensitively to consumers' concerns and answer their questions fully and clearly. They include as much relevant information as is appropriate and, where applicable, enclose pertinent FCAC publications.

Some inquiries and complaints sent to us concern issues within another organization's mandate. In such cases, our correspondence officers include contact details for the appropriate regulators, ombudservices or dispute resolution organizations.

Media relations

FCAC coverage in the media

During 2003–04, the total volume of media coverage that FCAC received increased by 70 percent over the previous year. We were mentioned in more than 400 articles and news clips across Canada, resulting in approximately 46.7 million "audience impressions" — the number of readers multiplied by the number of times they saw an FCAC message.

FCAC takes a proactive approach with the media, a strategy that is intended to raise awareness of the Agency's publications and its other initiatives. In 2003–04, FCAC also responded to hundreds of calls from journalists, who contacted us to obtain reliable information about issues affecting financial consumers.

The top three issues that the media wrote about in coverage of FCAC were:

- credit cards (214 media mentions);
- service fees (81 media mentions); and
- mystery shopping (23 media mentions).

This type of coverage is by far the most cost-effective way of informing Canadians about their rights and raising awareness of FCAC. The media continue to be important channels for distributing FCAC information. The print media are especially useful in getting our messages out to consumers; statistics show that a significant number of those who contact us obtained our contact information from newspapers.



In January 2004, the Consumer Education and Public Affairs Branch produced several articles on credit cards, ABM fees and the *Access to Basic Banking Services Regulations*, and circulated these to community and rural newspapers across Canada. In all, 164 articles appeared in a variety of community and local newspapers and on several Web sites, reaching a total audience of 3.6 million consumers.

In December 2003, the consumer magazine *50 Plus* featured a table of low-rate banking service packages for seniors, one of FCAC's key target groups. The table reproduced information posted on FCAC's Web site.

Consumer Inquiries and Complaints

FCAC receives many consumer calls, letters, e-mail messages and in-person visits on a wide variety of topics. One of our quarterly publications, *Consumer Inquiries and Complaints*, highlights the types of inquiries and complaints we receive; it is distributed

to media by e-mail and is available on our Web site. This on-line publication includes questions commonly asked by people who contact FCAC, along with easy-to-understand answers.

Looking forward

During 2004-05, a core activity of the Consumer Education and Public Affairs Branch will be increasing awareness of the *Access to Basic Banking Services Regulations* and informing Canadians about how the regulations ensure their right to these services.

Our major emphasis in this area will be on the needs of vulnerable — particularly lower-literacy — Canadians. To help them, we will expand and revise our "Basics" series of fact sheets that explain common banking products and services, including credit cards and bank accounts.

Outreach will also be important, helping us connect with vulnerable Canadians to ensure that they know their rights and are aware of FCAC as a source of trustworthy information. To reach this audience, we will maintain our existing partnerships and build new ones with government departments and outside organizations that work with such people.

We will also introduce a monitoring service that examines the cost of banking. This will highlight and analyze trends in banking costs, including fee increases and decreases. In addition, we will continue to monitor ABM surcharging and will use the FCAC Web site to provide consumers with information about surcharges.



Compliance and Industry Relations Branch

Protecting consumers

FCAC's Compliance and Industry Relations Branch monitors and enforces the legislation that protects consumers when they deal with financial institutions.

Implementing the *Access to Basic Banking Services Regulations*

The most important development of 2003–04 was the implementation of the *Access to Basic Banking Services Regulations* on September 30, 2003. The regulations prevent banks from refusing to open a basic personal deposit account for someone because that person does not have a job, is or has been bankrupt, or is not depositing money into the account. The regulations also require banks to cash Government of Canada cheques to a maximum of \$1,500 for non-customers at no charge, as long as proper identification is provided.

Now that the regulations are in force, FCAC can ensure that Canadians are able to obtain a service that is crucial to personal financial stability: a basic bank account.

FCAC mystery shopping survey

In spring 2003, FCAC conducted an extensive mystery shopping survey at more than 1,600 bank branches across Canada. The aim was to determine how banks were performing with respect to disclosure requirements and other practices.

A research firm hired by FCAC sent 250 mystery shoppers into bank branches, to ask questions typical of ordinary consumers. The questions covered matters such as interest rates, service charges and Public Accountability Statements. After the research firm compiled the results, we presented each bank with the findings related to its performance. Where weaknesses were identified, we worked with the bank to overcome them.

For the full report on the 2003 mystery shopping survey, visit our Web site at:

www.fcac.gc.ca/eng/compliance/default.asp

FCAC Commissioner's decisions in representative major cases

FCAC protects consumers by enforcing compliance with legislation, and monitoring adherence to voluntary codes of conduct and public commitments. In 2003–04, to help meet our objective of greater

transparency and informing consumers and the financial industry about issues that might affect them, we began to publish all the Commissioner's decisions on the FCAC Web site. These are the outcomes of cases where the Commissioner was required to make a final decision about a violation of regulations or non-adherence to a code of conduct or public commitment. Any one decision could affect hundreds of thousands of consumers. Following is a cross section of the decisions made by the Commissioner during 2003-04.

Coercive tied selling

A bank agreed to provide a customer with a line of credit and a mortgage loan. When the customer chose to obtain the mortgage loan at another institution, the bank withdrew its offer of a line of credit, stating that the approval had been conditional on the customer's acceptance of a mortgage with the bank.

Section 459.1(1) of the *Bank Act* stipulates that a bank cannot impose undue pressure on, or coerce, a person to obtain a product or service from that institution or any of its affiliates as a condition for obtaining another product or service from the same institution. Accordingly, a Letter of Reprimand was issued noting one violation by the bank.

Following the Letter of Reprimand, the bank provided redress to the customer, including renewal of its offer of a personal line of credit. The bank also provided direct guidance to branch staff, ensured that relevant compliance information was available to staff and customers, and delivered an enhanced training session to front-line staff.

Failure to accurately disclose cost of borrowing

In the cardholder agreement for its credit card accounts, a bank did not accurately disclose how it calculated interest in all cases. A Letter of Reprimand was issued, noting one violation by the bank.

At the time the Letter of Reprimand was issued, the bank was already changing its internal procedures to ensure proper disclosure of the way it charged interest and to inform customers of the changes.

By making certain that it calculates interest exactly as described in the cardholder agreement, the bank ensures that consumers have the information they require to understand the terms and conditions of the agreement.

Failure to disclose credit card interest rates

FCAC is working to improve the credit card marketplace by ensuring that consumers know the annual interest rate of a card before they apply for it. In a case currently under appeal, the Commissioner determined that a bank's credit card application form, indicating a "rate as low as," was in violation of the regulations since it failed to disclose an annual interest rate. The Commissioner issued a penalty of \$50,000.

Failure to disclose mortgage rates

A bank branch posted an advertisement in its front window indicating the rate for a mortgage, but it failed to disclose the term of the loan in the advertisement. A Letter of Reprimand was issued, noting one violation by the bank.

Once the bank was notified of the problem, it removed the sign and sent a circular to all of its branches, reminding employees of the existing policy that any advertisements must be approved by the corporate marketing department.

Failure to display notices of charges

A trust company failed to display notices of its charges at nine of its branches, in contravention of the regulations. A Letter of Reprimand was issued, noting nine violations by the trust company.

Following the Letter of Reprimand, the trust company took measures to display its statement of fees and charges at each location where it had offices. The trust company also reviewed its internal process for making the disclosure statements available, and it introduced procedures to ensure that the statement of fees and charges would be updated in a timely fashion on an ongoing basis, as required by the regulations.

Failure to provide notice of branch closure

A bank failed to provide the Commissioner with four months' notice of a proposed branch closure. The bank also failed to provide customers affected and the public with at least four months' notice of the closure. The notices sent to customers affected did not explain how the Commissioner could be contacted. In

addition, the bank did not inform consumers that the Commissioner could require a public meeting of the bank, FCAC and other interested parties to discuss the closure. A Letter of Reprimand was issued, noting four violations by the bank.

Following the Letter of Reprimand, the bank made changes to its internal procedures to ensure future compliance with the law.

Chart 4 shows the disposition of compliance problems brought to FCAC's attention. FCAC identified 39 violations of the regulations and concluded 1 Compliance Agreement. It issued 17 Letters of Reprimand and 3 Notices of Violation, and imposed 3 Administrative Monetary Penalties.

Chart 4: Compliance cases closed where action was taken, 2003-04

| <i>Consumer provisions</i> | <i>Number of cases closed with violations</i> | <i>Number of violations identified</i> | <i>Commissioner's decision</i> |
|--|---|--|---|
| Accounts | | | |
| Disclosure of account information, charges or services to customers and the public | 1 | 9 | 1 Letter of Reprimand |
| Branch closures | | | |
| Provision of required notice | 7 | 16 | 6 Letters of Reprimand and 1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty (\$10,000) |
| Credit cards | | | |
| Disclosure of changes to the cost of borrowing | 1 | 1 | 1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty (\$5,000) |
| Disclosure of required information in monthly statement | 1 | 1 | 1 Letter of Reprimand and 1 Compliance Agreement |
| Disclosure of cost of borrowing, interest or fees for credit cards* | 5 | 6 | 4 Letters of Reprimand and 1 Notice of Violation and Administrative Monetary Penalty (\$50,000) |
| Federal government cheques | | | |
| Fee charged for cashing | 2 | 3 | 2 Letters of Reprimand |
| Loans | | | |
| Requirement to disclose cost of borrowing in advertising | 2 | 2 | 2 Letters of Reprimand |
| Tied selling | | | |
| Coercive tied selling | 1 | 1 | 1 Letter of Reprimand |
| GRAND TOTAL | 20 | 39 | |

* One case is currently under appeal in federal court

Advances in disclosure practices

Following are examples of FCAC's proactive approach. The Agency works to deal with compliance issues before they affect large numbers of Canadians.

Review of bank disclosure of mortgage prepayment penalties

In the case of the seven major banks, FCAC reviewed their documents disclosing the penalty for prepaying a mortgage; it sought to determine whether the disclosure documents were written in plain language and included all the information needed by the borrower. As a result of the review, several banks are taking steps to improve their mortgage disclosure documents.

Review of disclosure of credit card interest rates

FCAC reviewed credit card issuers' disclosure of interest rates on their credit card application forms. The law requires that consumers be made aware of the applicable interest rate through a disclosure statement when they apply for a card. FCAC discovered that certain credit card issuers do not disclose this information. The credit card agreements of the major credit card issuers in Canada are now being reviewed.

Review of banks' complaint procedures

In May and June 2003, the Compliance and Industry Relations Branch met with five large banks to obtain a better understanding of their internal complaint-handling procedures. The visits helped FCAC assess whether the banks were operating in accordance with

the self-reporting requirements of the FCAC compliance framework. As a result, FCAC received an increased volume of reportable complaints in the month following the review and some banks made changes to address shortcomings in their procedures.

Annual general examinations

In fall 2003, FCAC conducted its second annual general examination of all 422 federally regulated financial institutions to evaluate their compliance with applicable consumer provisions. FCAC found that the institutions were in overall compliance with the provisions and that any issues brought to their attention during the year had been addressed.

Updating the compliance framework

The compliance framework outlines how FCAC supervises financial institutions' compliance with legislated consumer provisions, and how the Agency monitors the institutions' compliance with voluntary codes of conduct and public commitments.

During 2003-04, one year after implementing the compliance framework, FCAC began consultations with the financial industry to update and amend the framework.

Compliance Connection

The Branch continued to issue its quarterly newsletter, *Compliance Connection*, which keeps the industry informed of compliance issues. To facilitate the circulation of important information and to minimize the environmental impact, the Branch is now distributing the newsletter electronically. This change has been welcomed by the industry.

Looking forward

The *Access to Basic Banking Services Regulations* have given FCAC the authority it needs to ensure that Canadians have access to essential banking services. In 2004–05, the Branch will focus on enforcing the regulations.

Other major areas of activity will include:

- further updating of the compliance framework;
- monitoring of the Undertaking on Unsolicited Services;
- completion of plain-language disclosure for mortgage documents and extension of plain-language disclosure to other documents;
- undertaking of a survey on access to basic banking; and
- reviewing of industry practices related to the debit card code.





Value for Canadians

FCAC offers a valuable service to Canadians by dealing effectively and efficiently with their concerns related to the financial marketplace. The need for FCAC's services is demonstrated by the number of inquiries and complaints that consumers brought to us during 2003-04.

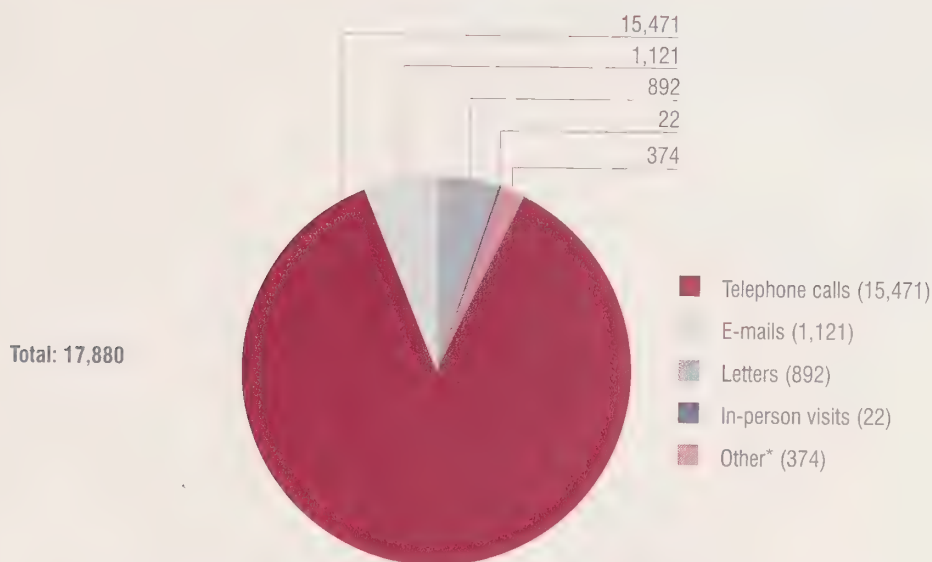
Issues that concern Canadians

FCAC tracks many different kinds of inquiries and complaints through our phone-in Consumer Contact Centre, through e-mail and regular mail, and as a result of comments from walk-in visitors. The following charts present the kinds of contacts that occurred between FCAC and Canadians during 2003–04 and the issues that concerned the people who contacted us.

Total number of inquiries and complaints received

Chart 5 shows how consumer inquiries and complaints reached FCAC. The most common mode of contact was telephone, followed at a considerable distance by e-mail.

Chart 5: Total contacts received by FCAC by source, 2003–04



* Cases initiated by FCAC concerning a potential compliance issue, as well as complaints reported.

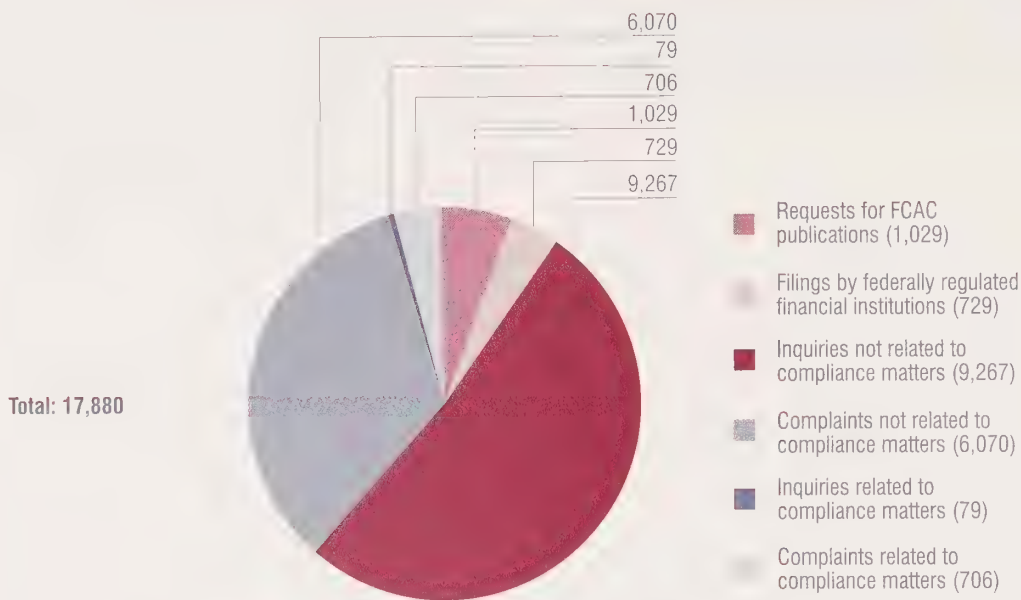
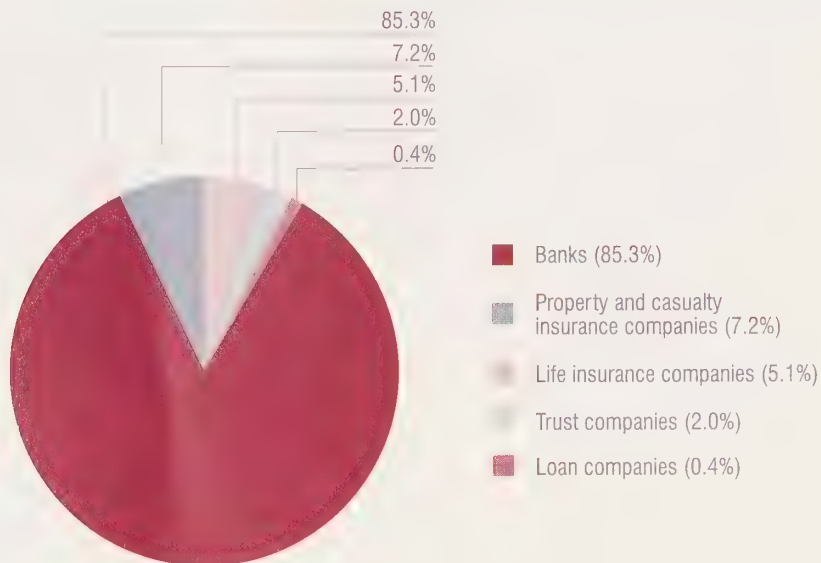
Chart 6: Total contacts received by FCAC by type, 2003-04

Chart 6 (above) breaks down total 2003-04 contacts by type. The two largest categories were general inquiries and complaints.

Chart 7 (below) shows that the greatest number of consumer contacts concerned issues with banks.

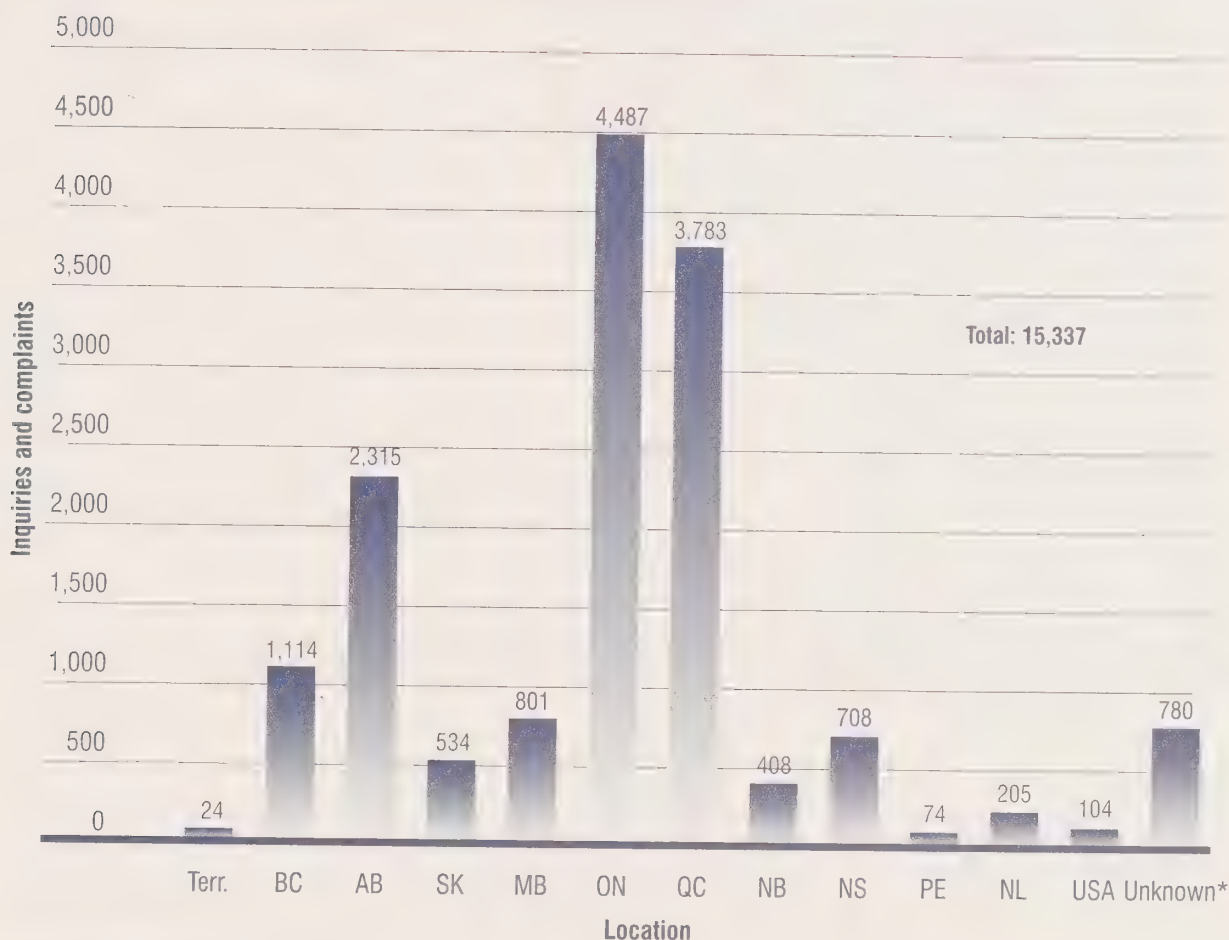
Chart 7: Total contacts received by FCAC by type of federally regulated financial institution, 2003-04

Inquiries and complaints received, excluding compliance matters

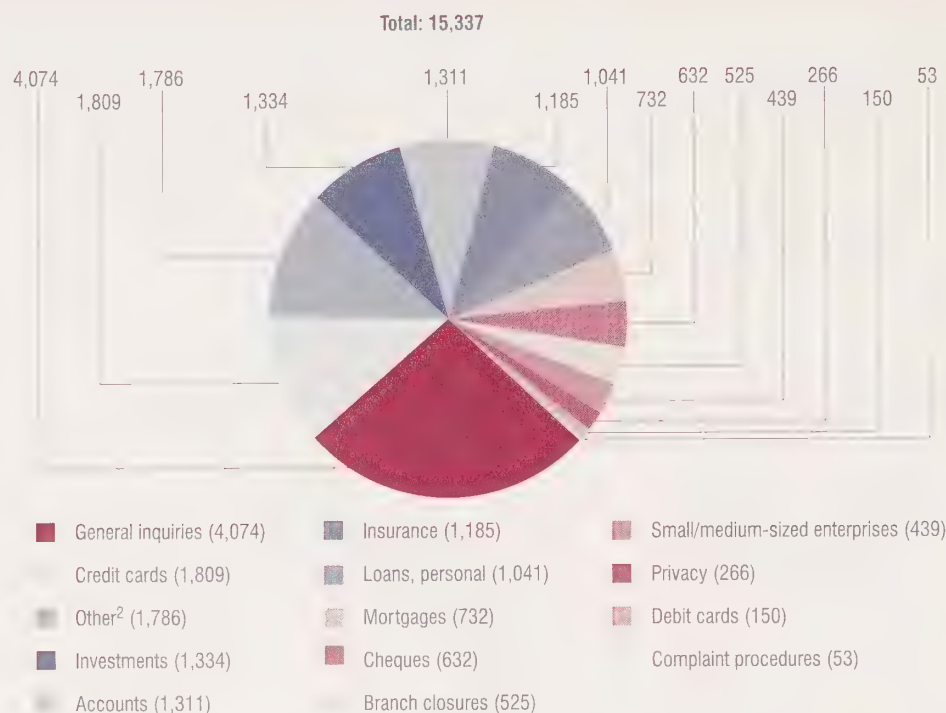
The information provided in Charts 8 to 11 concerns inquiries and complaints that did not relate to a consumer provision, code of conduct or public commitment. Data on compliance matters appear in the next section.

Chart 8 examines the geographic distribution of inquiries and complaints that did not relate to compliance. Ontario and Quebec together accounted for almost 54 percent of this type of contact.

Chart 8: Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by location, 2003-04



* The location was not indicated by the person contacting FCAC.

Chart 9: Inquiries and complaints received excluding compliance matters,¹ by category, 2003-04

¹ Also excluded are requests for publications.

² Includes miscellaneous inquiries and complaints received regarding automated banking machines, bills, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, identity theft, interest rates, quality of service, regulations, service fees and tied selling.

Chart 9 presents the total number of consumer contacts during 2003-04, according to category. Next to general inquiries (a category covering a broad variety of subjects), credit card issues were the largest single area of concern to consumers.

Chart 10 shows the types of inquiries about the financial marketplace that concerned consumers, apart from compliance issues, in 2002-03 and 2003-04. In the past fiscal year, general inquiries came first and credit cards second.

Chart 11 (p. 29) presents figures for types of complaints other than compliance-related ones in 2002-03 and 2003-04. Again, credit cards generated the most problems for consumers in the past fiscal year.

Chart 10: Inquiries received excluding compliance matters,¹ by type

| Category | 2002-03 | 2003-04 |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| General inquiries | 2,968 | 3,584 |
| Credit cards | 1,368 | 910 |
| Investments | 324 | 807 |
| Accounts | 297 | 513 |
| Insurance | 302 | 509 |
| Loans | 287 | 504 |
| Credit bureau checks | 0 | 438 |
| Mortgages | 196 | 321 |
| Cheques | 183 | 299 |
| Small/medium-sized enterprises | 81 | 269 |
| Branch closures | 189 | 267 |
| Privacy | 88 | 118 |
| Debit cards | 39 | 67 |
| Complaint procedures | 59 | 43 |
| Other ² | 501 | 618 |
| YEARLY TOTAL | 6,882 | 9,267 |

¹ Also excluded are requests for publications.

² Includes miscellaneous inquiries received regarding automated banking machines, bills, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, identity theft, interest rates, quality of service, regulations, service fees and tied selling.

As part of its new data management system, FCAC now includes inquiries about interest rates, quality of service, and service fee inquiries under the categories of Accounts, Credit cards and Investments.

Chart 11: Complaints excluding those related to compliance matters,¹ by type

| Category | 2002-03 | 2003-04 |
|--------------------------------|--------------|--------------|
| Credit cards | 584 | 899 |
| Accounts | 489 | 798 |
| Insurance | 559 | 676 |
| Loans | 363 | 537 |
| Investments | 347 | 527 |
| General inquiries | 311 | 490 |
| Mortgages | 338 | 411 |
| Cheques | 259 | 333 |
| Branch closures | 213 | 258 |
| Small/medium-sized enterprises | 118 | 170 |
| Privacy | 141 | 148 |
| Credit bureau checks | 0 | 95 |
| Debit cards | 59 | 83 |
| Complaint procedures | 11 | 10 |
| Other ² | 2,408 | 635 |
| YEARLY TOTAL | 6,200 | 6,070 |

¹ Also excluded are requests for publications.

² Includes miscellaneous complaints received regarding automated banking machines, bills, electronic and telephone banking, estate matters, exchange rates, identity theft, interest rates, quality of service, regulations, service fees and tied selling.

As part of its new data management system, FCAC now includes complaints about interest rates, quality of service, and service fee inquiries under the categories of Accounts, Credit cards and Investments.

Top five inquiries and complaints in 2003-04

For details on the top five inquiries and complaints, excluding compliance matters, received by FCAC during 2003-04, visit the "Publications" section of our Web site at: www.fcac.gc.ca

Compliance-related inquiries and complaints received

Charts 12 to 14 present information on the contacts we had with Canadians about compliance with consumer provisions and codes of conduct / public commitments.

Chart 12 shows FCAC's history of compliance contacts received since its inception. During 2003-04 (our second full year of operations), such contacts increased by approximately 70 percent over the previous year.

Chart 13 (p. 30) gives an overview of the compliance caseload by type of compliance matter dealt with during 2003-04. Of 1,437 cases opened, 1,322 were closed by the year's end.

Chart 12: Total compliance contacts¹ received by category

| | 2002-03 | 2003-04 |
|--|------------|--------------|
| Branch closures | | |
| Provide required notice | 17 | 4 |
| Requests for public meetings on branch closures ² | 133 | 40 |
| Requests to vary branch closure notice requirements | 6 | 6 |
| Codes of conduct³ and public commitments⁴ | | |
| Complaints related to codes of conduct and public commitments | 242 | 268 |
| Inquiries related to codes of conduct and public commitments | 48 | 44 |
| Complaint procedures | | |
| Provide complaint-handling procedures ⁵ | 8 | 0 |
| Consumer provisions | | |
| Complaints related to consumer provisions | 170 | 440 |
| Inquiries related to consumer provisions | 21 | 33 |
| Self-reported complaints | 40 | 334 |
| TOTAL COMPLIANCE CONTACTS FOR THE PERIOD | 685 | 1,169 |

¹ A contact is a communication received by FCAC from a person or an institution about an issue or concern. Included are complaints and inquiries. Excluded are routine filings.

² Including multiple requests pertaining to the same branch.

³ For a definition, see Appendix A (Glossary)

⁴ For a definition, see Appendix A (Glossary)

⁵ For a definition, see Appendix A (Glossary).

Chart 13: Compliance matters relating to consumer provisions and codes of conduct / public commitments, 2003-04

| Consumer provisions | Cases pending at end of 2002-03 | Cases opened during 2003-04 | Cases closed during 2003-04 | Cases pending at end of 2003-04 |
|--|--|------------------------------------|------------------------------------|--|
| Accounts | | | | |
| Advance notice of increased or new fees | 3 | 146 | 149 | 0 |
| Disclosure of account information, charges or services to customers and the public ¹ | 4 | 10 | 13 | 1 |
| Disclosure of charges for account maintenance | | 1 | | 1 |
| Disclosure of interest rates on accounts and method of calculation | 1 | 3 | | 4 |
| Failure to display and make available charges for new and/or second accounts — Customers only | | 3 | 3 | 0 |
| Failure to display and make available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i> | | 3 | 2 | 1 |
| Provision of account agreements and complaint procedures ² | | 2 | 2 | 0 |
| Provision of notice of refusal to open account | | 2 | 1 | 1 |
| Refusal to open account — General | | 39 | 23 | 16 |
| Refusal to open account because of bankruptcy | | 12 | 5 | 7 |
| Refusal to open account because of credit history | | 54 | 25 | 29 |
| Refusal to open account because of lack of proper identification | | 20 | 15 | 5 |
| Branch closures | | | | |
| Provision of required notice | 6 | 4 | 7 | 3 |
| Requests for public meetings ³ | 16 | 40 | 52 | 4 |
| Requests to change notice requirements | 1 | 6 | 7 | 0 |
| Compliance of affiliate | | 2 | 0 | 2 |
| Cost of borrowing — General | 6 | 8 | 13 | 1 |
| Credit cards | | | | |
| Disclosure in plain language | | 1 | 1 | 0 |
| Disclosure of annual interest rate | | 16 | 2 | 14 |
| Disclosure of changes to the cost of borrowing | 1 | 25 | 22 | 4 |
| Disclosure of cost of borrowing, interest or fees ^{4,5} | 6 | 52 | 37 | 21 |
| Disclosure of required information in credit card applications | | 10 | 6 | 4 |
| Disclosure of required information in monthly statements ⁶ | 1 | 25 | 19 | 7 |
| Disclosure relating to optional services | 2 | 36 | 34 | 4 |
| General ⁷ | 11 | 23 | 28 | 6 |
| Provision of monthly statements | 1 | 30 | 18 | 13 |
| Repayments before due date prohibited | | 1 | 1 | 0 |
| Requests to keep a minimum balance on credit card | | 2 | 1 | 1 |
| Disclosure of charges | 5 | 20 | 23 | 2 |
| Disclosure of interest rates — General | | 3 | 3 | 0 |
| Disclosure of interest rates in an advertisement | 1 | 2 | 3 | 0 |
| Establish complaint-handling procedures | | 1 | | 1 |
| Federal government cheques | | | | |
| Failure to display and make available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i> | | 2 | 0 | 2 |
| Fee charged for cashing | 1 | 5 | 5 | 1 |
| Refusal to cash | | 7 | 2 | 5 |
| Holds on cheques deposited | 1 | 33 | 34 | 0 |
| Index-linked deposits | 1 | 0 | 1 | 0 |
| Loans | | | | |
| Disclosure in plain language | | 2 | 2 | 0 |
| Disclosure relating to optional services | | 2 | 1 | 1 |
| General | 3 | 21 | 21 | 3 |
| Notification of changes or amendments to loan agreement or to cost of borrowing ⁸ | 3 | 21 | 15 | 9 |

Chart 13 (continued)

| Consumer provisions | Cases pending at end of 2002-03 | Cases opened during 2003-04 | Cases closed during 2003-04 | Cases pending at end of 2003-04 |
|--|--|--|--|--|
| Loans (continued) | | | | |
| Provision of monthly statements | | 2 | 0 | 2 |
| Requirement to disclose cost of borrowing as rate per annum | | 1 | 1 | 0 |
| Requirement to disclose cost of borrowing in advertising | 4 | 2 | 3 | 3 |
| Requirement to disclose cost of borrowing when loan issued ⁹ | 3 | 20 | 20 | 3 |
| Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date | 3 | 4 | 5 | 2 |
| Requirement to provide information on loan repayments, rebates or charges | | 23 | 14 | 9 |
| Third-party dispute resolution body for federally regulated financial institutions other than banks | | 3 | 0 | 3 |
| Tied selling | | | | |
| Coercive tied selling | 1 | 20 | 17 | 4 |
| Failure to display notices on tied selling | | 4 | 3 | 1 |
| Subtotal for consumer provision cases | 85 | 774 | 659 | 200 |
| Codes of conduct / Public commitments | | | | |
| Access to basic banking services | | | | |
| No minimum deposit or balance required | | 1 | 1 | 0 |
| Refusal to open — General ¹⁰ | 2 | 14 | 16 | 0 |
| Refusal to open because of bankruptcy | 0 | 13 | 13 | 0 |
| Refusal to open because of credit history ¹¹ | 6 | 53 | 59 | 0 |
| Refusal to open because of employment status | 1 | | 1 | 0 |
| Refusal to open because of lack of proper identification | 1 | 6 | 7 | 0 |
| Code of conduct for authorized insurance activities | | 3 | 2 | 1 |
| Debit card code¹² | 11 | 66 | 63 | 14 |
| Public commitments by financial institutions | | | | |
| Accessibility of complaint procedures | | 8 | 6 | 2 |
| Commitment to cash federal government cheques | | 1 | 1 | 0 |
| Credit cards | 4 | 76 | 62 | 18 |
| Investments | | 8 | 7 | 1 |
| Other | 1 | 4 | 5 | 0 |
| Small Business Banking Code of Conduct | | 13 | 10 | 3 |
| Undertaking on Unsolicited Services | | 2 | 0 | 2 |
| Subtotal for codes of conduct and public commitments | 26 | 268 | 253 | 41 |
| Filings³ | | | | |
| Branch closures¹³ | | | | |
| In-store or satellite branches ¹⁴ | 5 | 138 | 142 | 1 |
| Notice to Commissioner | 15 | 193 | 200 | 8 |
| Temporary closures ¹⁴ | | 40 | 40 | 0 |
| Complaint-handling procedures | 8 | 12 | 16 | 4 |
| Public Accountability Statements | | 12 | 12 | 0 |
| Subtotal for filings | 28 | 395 | 410 | 13 |
| GRAND TOTAL, 2002-03 | 46 | 991 | 882 | 155 |
| GRAND TOTAL, 2003-04 | 139 | 1,437 | 1,322 | 254 |

(Notes — see next page)

Chart 13 (continued)

- 1 There were 3 cases in last year's report versus 4 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 2 There was 1 case in last year's report versus 0 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 3 For a definition, see Appendix A (Glossary).
- 4 There were 7 cases in last year's report versus 6 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 5 One of these closed cases is currently under appeal in federal court.
- 6 There were 0 cases in last year's report versus 1 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 7 There were 12 cases in last year's report versus 11 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 8 There were 2 cases in last year's report versus 3 in the opening caseload this year. One of the cases that was closed last year was re-opened when we received more information.
- 9 There were 4 cases in last year's report versus 3 in the opening caseload this year. The discrepancy was the result of a reclassification.
- 10 There was 1 case in last year's report versus 2 in the opening caseload this year. One of the cases that was closed last year was re-opened when we received more information.
- 11 There were 12 cases in last year's report versus 6 in the opening caseload this year. The classification was changed once we received more information.
- 12 There were 9 cases in last year's report versus 11 in the opening caseload this year. Two of the cases that had been withdrawn were re-opened during the year when consumers provided us with the information required for taking action.
- 13 There were 34 cases in last year's report versus 20 in the opening caseload this year. As a result of system enhancements and changes in FCAC's statistical reporting, last year's number had been overstated.
- 14 These filings were not required by legislation but were submitted by the financial institutions concerned to keep the Commissioner informed of changes in retail services.

Chart 14 shows how FCAC disposed of cases related to codes of conduct and public commitments in 2003-04. A total of 253 such cases were closed; the

major issues were access to banking, debit card codes and credit card codes.

Chart 14: Compliance cases¹ closed relating to codes of conduct² and public commitments,³ by type of disposition, 2003-04

| | Type of disposition | | | Total cases closed during 2003-04 |
|---|---------------------|---------------|------------------------|-----------------------------------|
| | Adherence | Non-adherence | Withdrawn ¹ | |
| Access to basic banking services | | | | |
| No minimum deposit or balance required | | | 1 | 1 |
| Refusal to open — General | 9 | 1 | 6 | 16 |
| Refusal to open because of bankruptcy | 2 | 2 | 9 | 13 |
| Refusal to open because of credit history | 20 | 9 | 30 | 59 |
| Refusal to open because of employment status | | | 1 | 1 |
| Refusal to open because of lack of proper identification | 2 | 4 | 1 | 7 |
| Code of conduct for authorized insurance activities | 0 | | 2 | 2 |
| Debit card code | 44 | 2 | 17 | 63 |
| Public commitments by financial institutions | | | | |
| Commitment to cash federal government cheques (to a maximum of \$1,500) | 1 | | | 1 |
| Complaint procedures | 3 | | 3 | 6 |
| Credit cards | 46 | 4 | 12 | 62 |
| Investments | 5 | | 2 | 7 |
| Other | 4 | | 1 | 5 |
| Small Business Banking Code of Conduct | 7 | | 3 | 10 |
| YEARLY TOTAL, CASES CLOSED BY TYPE OF DISPOSITION | 143 | 22 | 88 | 253 |

1 For a definition, see Appendix A (Glossary).

2 For a definition, see Appendix A (Glossary).

3 For a definition, see Appendix A (Glossary).

4 Cases are often withdrawn when consumers do not respond to FCAC's attempts to contact them in order to continue with the complaint review.

Chart 15: Matters related to branch closures

| | 2002-03 | 2003-04 |
|---|------------------|---------|
| Closure notices filed by financial institutions | 302 ¹ | 371 |
| Complaints received related to branch closures ² | 213 | 258 |
| Requests to change the branch closure notice requirements | | |
| Granted ³ | 3 | 4 |
| Not granted | 0 | 3 |
| Pending | 3 | 0 |
| Received | 4 | 6 |
| Requests for public meetings on branch closures ⁴ | | |
| Meeting requests pending | 7 | 4 |
| Meeting requests received | 133 | 40 |
| Meeting requests withdrawn | 0 | 6 |
| Number of branches closing for which meeting requests were received, granted or not granted | | |
| Branches for which meeting requests were received ⁵ | 23 | 18 |
| Branches for which meetings were not required by the Commissioner ⁶ | 11 | 5 |
| Branches for which meetings were required by the Commissioner | 5 | 10 |

1 This is the total number of filings for closure of branches, including those not falling under the regulatory definition of a branch, as well as requests to vary the required notice.

2 These are complaints related to branch closures; the individuals were not requesting a meeting.

3 The Commissioner granted the financial institution's request to change the branch closure notice requirements.

4 Some were multiple requests pertaining to the same branch.

5 FCAC often receives multiple meeting requests for a single branch closure; one file is created for each request. In previous fiscal years, the primary file remained active until the Commissioner's decision on the meeting request was received. Cases on subsequent meeting requests, if any, were closed shortly after they were received. Under updated case processing guidelines, all meeting request cases remain active until the Commissioner's decision has been received.

6 Often, institutions will voluntarily hold a public meeting without a formal requirement from the Commissioner.

Chart 15 (above) presents how FCAC handled complaints about branch closures in 2002-03 and 2003-04. In 10 cases, the Commissioner required a meeting to be held of the bank, FCAC and other interested parties in order to discuss the closure further.

Chart 16 (below) shows how cases were closed relating to the consumer provisions, by type of disposition. In total, there were 20 cases involving 39 violations (see also Chart 4, p. 21).

Chart 16: Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2003-04

| Consumer provisions | Non-violation | Violation(s) | Withdrawn | Granted | Not granted | Total cases closed during 2003-04 |
|--|---------------|--------------|-----------|---------|-------------|-----------------------------------|
| Accounts | | | | | | |
| Advance notice of increased or new fees | 139 | | 10 | | | 149 |
| Disclosure of account information, charges or services to customers and the public | 7 | 1 | 5 | | | 13 |
| Failure to display and make available charges for new and/or second accounts — Customers only | 2 | | 1 | | | 3 |
| Failure to display and make available information on the <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i> | 2 | | | | | 2 |
| Provision of account agreements and complaint procedures | 1 | | 1 | | | 2 |
| Provision of notice of refusal to open account | 1 | | | | | 1 |
| Refusal to open account — General | 22 | | 1 | | | 23 |
| Refusal to open account because of bankruptcy | 4 | | 1 | | | 5 |
| Refusal to open account because of credit history | 15 | | 10 | | | 25 |
| Refusal to open account because of lack of proper identification | 11 | | 4 | | | 15 |

Chart 16 (continued)

| <i>Consumer provisions</i> | <i>Non-violation</i> | <i>Violation(s)</i> | <i>Withdrawn</i> | <i>Granted</i> | <i>Not granted</i> | <i>Total cases closed during 2003-04</i> |
|---|----------------------|---------------------|------------------|----------------|--------------------|--|
| Branch closures | | | | | | |
| Provision of required notice | | 7 | | | | 7 |
| Requests for public meetings | | | 14 | 30 | 8 | 52 |
| Requests to vary the notice requirements | | | | 4 | 3 | 7 |
| Cashing federal government cheques | | | | | | |
| Fee charged for cashing | | 2 | 3 | | | 5 |
| Refusal to cash | 1 | | 1 | | | 2 |
| Cost of borrowing — General | 12 | | 1 | | | 13 |
| Credit cards | | | | | | |
| Disclosure in plain language | 1 | | | | | 1 |
| Disclosure of annual interest rate | 2 | | | | | 2 |
| Disclosure of changes to the cost of borrowing | 17 | 1 | 4 | | | 22 |
| Disclosure of cost of borrowing, interest or fees for credit cards ¹ | 27 | 5 | 5 | | | 37 |
| Disclosure of required information in credit card applications | 6 | | | | | 6 |
| Disclosure of required information in monthly statements | 18 | 1 | | | | 19 |
| Disclosure relating to optional services for credit cards | 29 | | 5 | | | 34 |
| General | 25 | | 3 | | | 28 |
| Provision of monthly statements | 8 | | 10 | | | 18 |
| Repayments before due date prohibited | 1 | | | | | 1 |
| Requests to keep a minimum balance on credit card | 1 | | | | | 1 |
| Disclosure of charges | 21 | | 2 | | | 23 |
| Disclosure of interest rates — General | 3 | | | | | 3 |
| Disclosure of interest rates in an advertisement | 3 | | | | | 3 |
| Holds on cheques deposited | 25 | | 9 | | | 34 |
| Index-linked deposits | 1 | | | | | 1 |
| Loans | | | | | | |
| Disclosure in plain language | 2 | | | | | 2 |
| Disclosure relating to optional services | | | 1 | | | 1 |
| General | 15 | | 6 | | | 21 |
| Notification of changes or amendments to loan agreement or to cost of borrowing | 10 | | 5 | | | 15 |
| Requirement to disclose cost of borrowing as rate per annum | 1 | | | | | 1 |
| Requirement to disclose cost of borrowing in advertising | 1 | 2 | | | | 3 |
| Requirement to disclose cost of borrowing when loan issued | 17 | | 3 | | | 20 |
| Requirement to provide 21 days' notice before mortgage renewal date | 4 | | 1 | | | 5 |
| Requirement to provide information on loan repayments, rebates or charges | 13 | | 1 | | | 14 |
| Tied selling | | | | | | |
| Coercive tied selling | 12 | 1 | 4 | | | 17 |
| Failure to display notices on tied selling | 3 | | | | | 3 |
| TOTAL FOR CONSUMER PROVISION CASES² | 483 | 20 | 111 | 34 | 11 | 659 |

¹ One case is currently under appeal in federal court

² The 20 cases involved 39 violations (see also Chart 4, p. 21).

Addressing Canadians' concerns

How FCAC manages *a complaint*

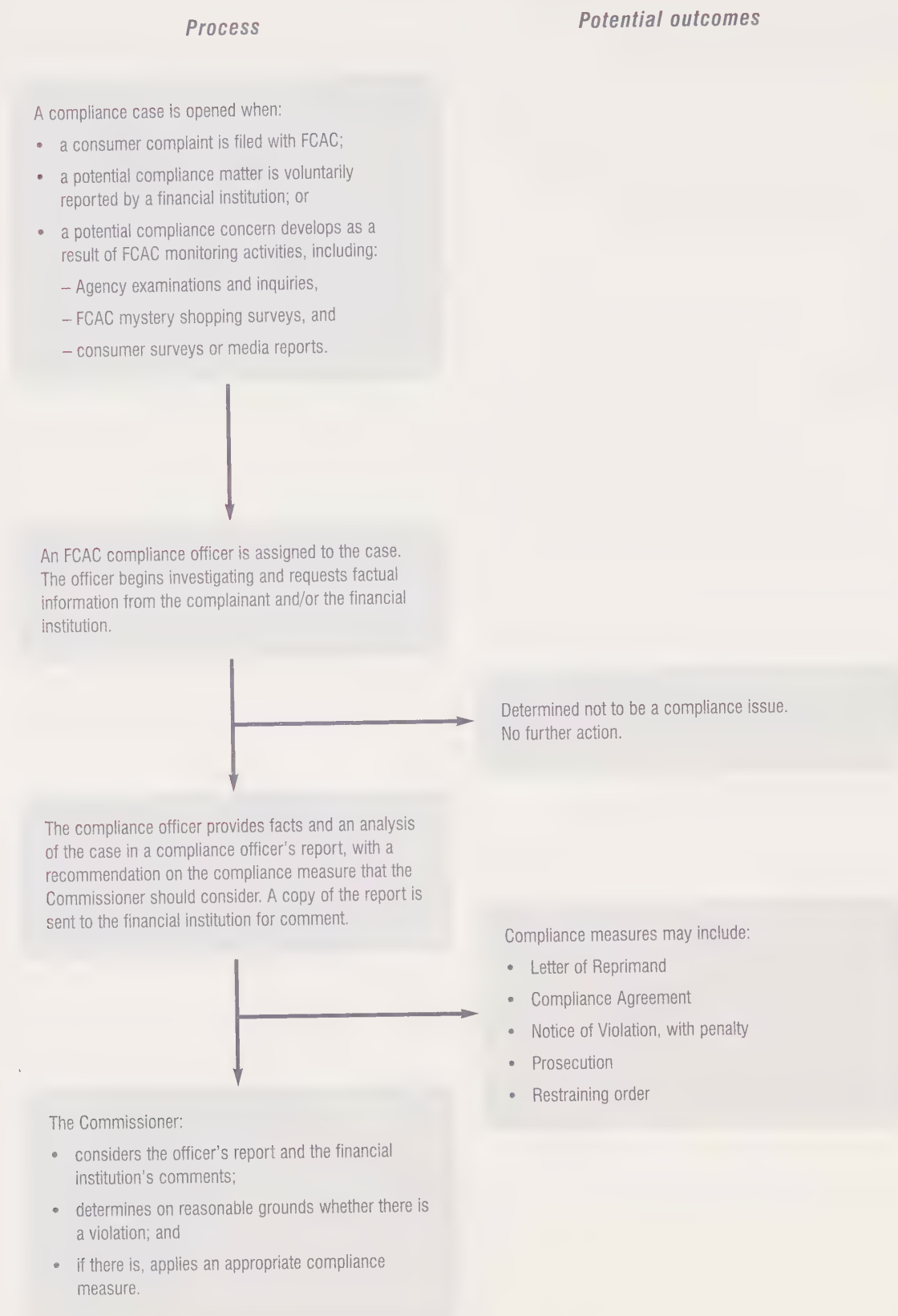
When a consumer contacts FCAC with a complaint, it is examined to determine whether it falls under the Agency's jurisdiction and whether it involves a possible contravention of the law. If research is required, the complainant will receive a call back within 48 hours.

Once the consumer's situation is understood and the jurisdiction established, the complainant is told of the options available. If the complaint involves a possible contravention of the law, an FCAC compliance officer

contacts the consumer's financial institution to discuss the complaint. If further action is recommended, an officer may request factual information in writing from the complainant and the institution.

We also inform the consumer about the institution's procedures for dealing with complaints. If the matter is not under our mandate, we direct the complainant to the organization best equipped to deal with the issue.



Figure 1: FCAC compliance case management process

Operational roles and responsibilities

Commissioner

The FCAC Commissioner is appointed for a period of up to five years. The first and current Commissioner is William (Bill) G. Knight. His responsibilities include:

- reporting to Parliament annually through the Minister of Finance, and to the Minister of Finance regularly, about FCAC's activities and findings;
- managing the operations of FCAC, including taking responsibility for all aspects of its program, finances, administration and human resources management;
- supervising approximately 420 federally regulated financial institutions to determine whether they are complying with applicable consumer protection legislation, and with their own voluntary codes of conduct and public commitments; and
- expanding national education initiatives to identify and meet consumers' needs for financial knowledge.

The FCAC Commissioner is an ex officio member of the Board of Directors of the Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC) and a member of the Board's Governance Committee. He is also a member of both the Financial Institutions Supervisory Committee,

chaired by the Superintendent of Financial Institutions, and the Senior Advisory Committee, chaired by the Deputy Minister of Finance. In this latter capacity, the FCAC Commissioner advises on key consumer issues, offering important input for the policy advice that this committee provides to the Minister of Finance.

Consumer Education and Public Affairs Branch

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires FCAC to promote consumer awareness about the obligations of financial institutions under the applicable consumer provisions, and to foster an understanding of financial services and related issues. To fulfil this requirement, FCAC's Consumer Education and Public Affairs Branch is responsible for:

- producing information materials to enhance consumers' knowledge of financial institutions' legal obligations, and of financial products and services;
- carrying out research and surveys;
- disseminating information via the media, the FCAC Web site and stakeholders;
- reaching out to community groups, associations and other stakeholders; and
- handling correspondence with consumers and operating a call centre (a joint venture with CDIC).

Compliance and Industry Relations Branch

The FCAC Compliance and Industry Relations Branch monitors financial institutions to ensure that they comply with the consumer provisions of the *Bank Act*, the *Trust and Loan Companies Act*, the *Insurance Companies Act* and the *Cooperative Credit Associations Act*. The Branch also monitors adherence to voluntary codes of conduct and public commitments put in place by financial institutions or their associations. Last, the Branch is responsible for promoting a culture of compliance within federally regulated financial institutions.

The consumer provisions are listed in Appendix B, p. 62. They deal with:

- opening retail deposit accounts;
- cashing federal government cheques;
- closing retail branches;

- coercive tied selling;
- disclosing cheque-holding policies;
- providing information to consumers about FCAC;
- establishing procedures for dealing with complaints; and
- disclosing the cost of borrowing.

Voluntary codes of conduct and public commitments are put in place by the financial institutions to protect consumers. They cover such topics as debit cards and credit relations with small businesses. FCAC monitors adherence to the codes and commitments, investigating complaints and publicly reporting its findings. FCAC also performs a preventive role by ensuring that the provisions of the voluntary codes and public commitments are implemented.



The responsibilities of the Compliance and Industry Relations Branch include:

- investigating and responding to complaints relating to the consumer provisions that fall under any of the acts within FCAC's jurisdiction;
- managing the compliance framework and ensuring that federally regulated financial institutions conform to it;
- monitoring adherence to voluntary codes of conduct or public commitments designed to protect the interests of consumers;
- monitoring FCAC's tracking systems to identify trends; and
- encouraging financial institutions to develop policies and procedures for implementing the consumer provisions that apply to them.

Among the Branch's tools for monitoring compliance are mystery shopping, consumer surveys, analysis of complaints and inquiries, annual and special examinations of federally regulated financial institutions, and studies by third parties.

FCAC ensures compliance with legislation and regulations by applying administrative measures, imposing fines, or publicly disclosing the nature of a violation, the name of the offender and the amount of the monetary penalty imposed. Among the factors determining the approach to a specific case are the severity and scope of the problem, the degree of intent or negligence, and the compliance history of the financial institution concerned.

To fulfil its mandate of maintaining close relations with the financial industry, FCAC meets regularly with financial institutions. Some of the contacts take

place quarterly to share information on topics of common interest, such as monitoring activities, industry-wide compliance issues and the Commissioner's position on compliance with legislation, regulations, voluntary codes and public commitments. The ultimate purpose of course remains to protect Canadian consumers of financial products and services, and to promote regulatory compliance. The backbone of this new compliance culture is unqualified cooperation on the part of the financial institutions.

Administrative Services Branch

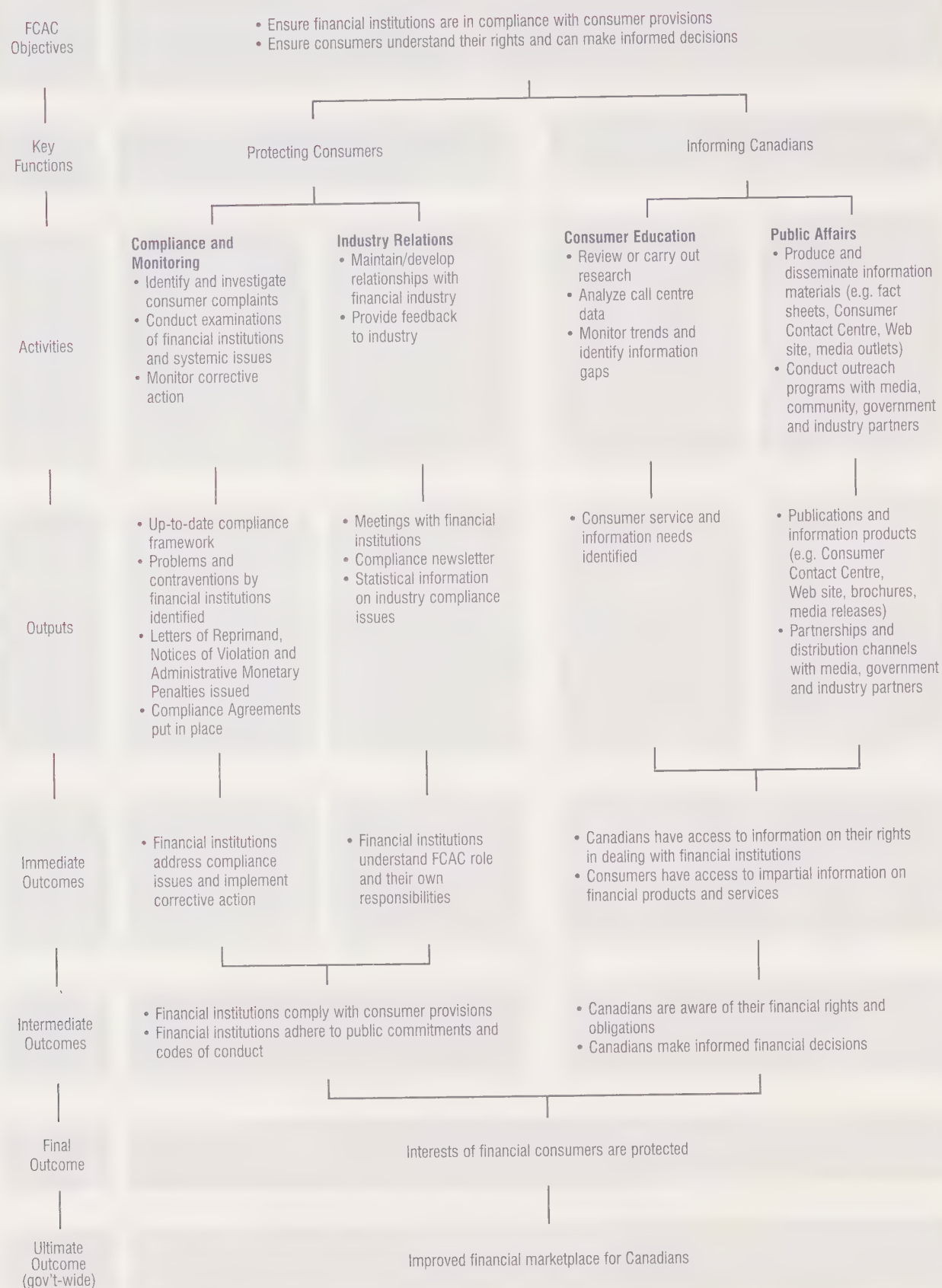
The Administrative Services Branch provides FCAC with such services as human resources, financial management, access to information and privacy, materiel management, facilities management, records management, informatics, security, occupational health and safety, mail, and courier.

FCAC contracts with the Office of the Superintendent of Financial Institutions for its human resources and financial services, and with Public Works and Government Services Canada for its technology and communications services.

Legal Services Branch

The federal Department of Justice provides legal services to FCAC. A senior counsel from Justice Canada is part of the management structure of FCAC and reports directly to the Commissioner. The senior counsel furnishes advice on all aspects of FCAC's mandate and operations.

Figure 2: FCAC's Results-based management accountability framework (RMAF)



FCAC's performance

FCAC monitors its internal performance to make sure that its procedures are efficient and effective, and that they provide the best possible service to Canadians. Two signs of FCAC's growing value to consumers are the higher call volume at our Consumer Contact Centre and the findings of our first caller satisfaction survey, which show that consumers are very pleased with help received from FCAC.

Consumer service performance

FCAC carries out statistical tracking of its service performance in three main areas: the Consumer Contact Centre; the Correspondence Unit; and the Compliance and Industry Relations Branch.

Consumer Contact Centre

During 2003–04, the Consumer Contact Centre received 15,471 calls, a 34 percent increase over the 11,520 calls received during 2002–03. The average call lasted about three minutes. For further performance statistics, see Chart 17.

Chart 17: Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre, 2003–04



Correspondence Unit

The Correspondence Unit deals with e-mail messages and letters sent to FCAC by consumers. In 2003–04, we responded to 74.5 percent of all communications within 14 working days of their receipt. For details, see Chart 18.

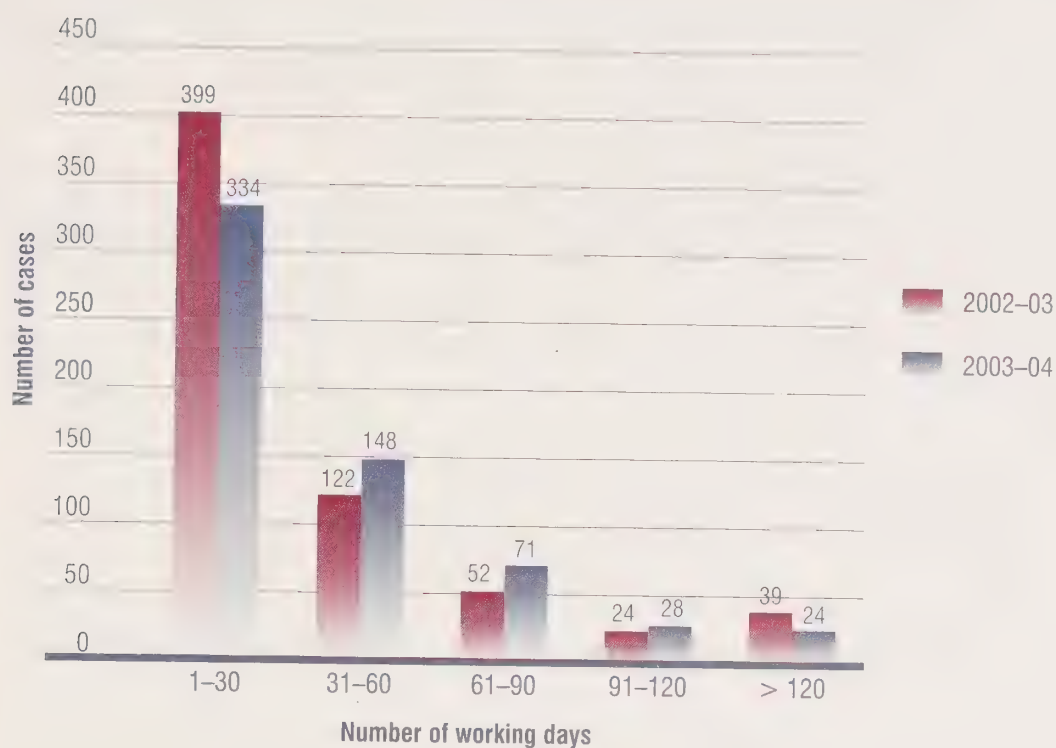
Compliance and Industry Relations Branch

The Compliance and Industry Relations Branch processes compliance-related files as expeditiously and effectively as possible. As shown in Chart 19 (right), more than half of the files (55 percent) were closed within 30 days of being opened. Almost 80 percent were closed within 60 days.

Chart 18: Time taken to close a file generated by a consumer's letter, e-mail or in-person visit for non-compliance related matters



* FCAC was given the opportunity to respond to an Option consommateurs petition. As a result, FCAC received more than 1,500 letters at one time. These were not subject to FCAC's regular response time standards.

Chart 19: Time taken to close a file related to a compliance matter

Caller satisfaction survey

In December 2003, FCAC hired an independent research company to survey Canadians who had telephoned our Consumer Contact Centre. Just over 600 consumers completed the interview.

Overall, the level of satisfaction with FCAC's role and staff was very high.

Since this was the first time FCAC conducted such a survey, it will serve as a benchmark for measuring improvement. FCAC intends to repeat the survey every two years.

Survey details:

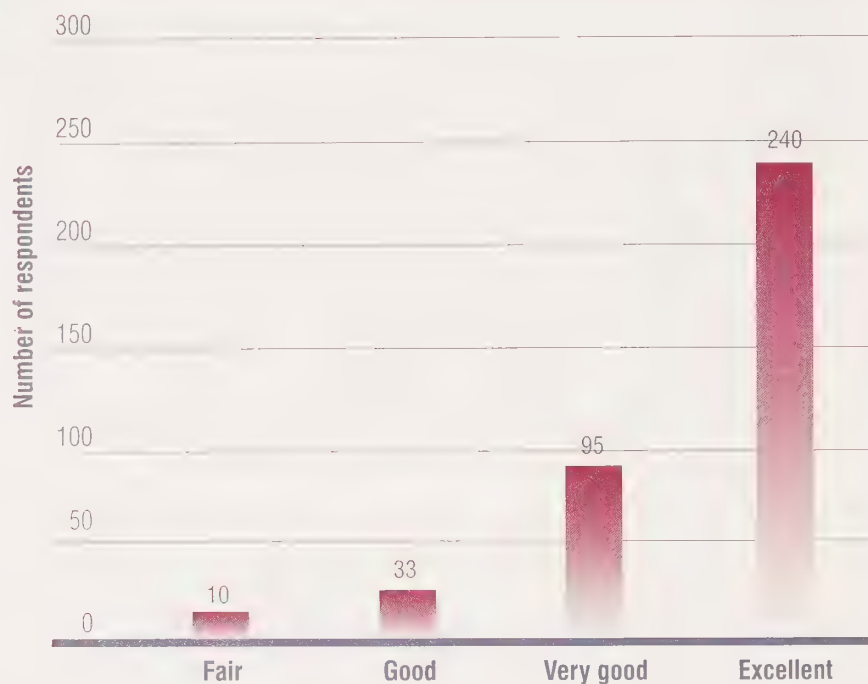
| | |
|--|-----|
| Respondents who felt there was a need for government supervision of financial institutions to ensure consumer protection | 93% |
| Respondents who felt that the FCAC staff they dealt with performed their job very well | 88% |
| Respondents who said that they would recommend FCAC to others who had issues with the banking industry | 86% |
| Respondents who felt that the Centre was responsive to their needs | 80% |
| Respondents who were satisfied with the accuracy of the information they received | 75% |
| Respondents who were satisfied with the outcome of their most recent contact with FCAC | 72% |
| Respondents who said that FCAC referred them to the appropriate organization | 71% |
| Respondents who said that they found out easily how to contact FCAC | 61% |
| Respondents who said that they knew where to find the service when they needed it | 46% |

Consumer evaluation of *Credit Cards and You*

In January 2004, we asked consumers to give us their impressions of the updated version of *Credit Cards and You*. While this was not a large-scale, exhaustive survey, it unmistakably found that consumers have an

extremely positive view of the publication's value and that our approach to satisfying their needs is bearing fruit. For details of the evaluation findings, see Chart 20.

Chart 20: Overall impression by consumers of *Credit Cards and You*, January 2004 issue



List of charts and figures

| No. | Title | Page |
|-----|-------|------|
|-----|-------|------|

Charts

| | | |
|----|---|-------|
| 1 | Distribution of FCAC publications | 10 |
| 2 | FCAC Web site usage | 12 |
| 3 | FCAC Web site visits per month, since launch | 12 |
| 4 | Compliance cases closed where action was taken, 2003–04 | 21 |
| 5 | Total contacts received by FCAC by source, 2003–04 | 25 |
| 6 | Total contacts received by FCAC by type, 2003–04 | 26 |
| 7 | Total contacts received by FCAC by type of federally regulated financial institution, 2003–04 | 26 |
| 8 | Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by location, 2003–04 | 27 |
| 9 | Inquiries and complaints received excluding compliance matters, by category, 2003–04 | 28 |
| 10 | Inquiries received excluding compliance matters, by type | 28 |
| 11 | Complaints excluding those related to compliance matters, by type | 29 |
| 12 | Total compliance contacts received by category | 29 |
| 13 | Compliance matters relating to consumer provisions and codes of conduct / public commitments, 2003–04 | 30–32 |
| 14 | Compliance cases closed relating to codes of conduct and public commitments, by type of disposition, 2003–04 | 32 |
| 15 | Matters related to branch closures | 33 |
| 16 | Cases closed relating to the consumer provisions, by type of disposition, 2003–04 | 33–34 |
| 17 | Time taken to close a file related to a telephone call received by the Consumer Contact Centre, 2003–04 | 41 |
| 18 | Time taken to close a file generated by a consumer's letter, e-mail or in-person visit for non-compliance related matters | 42 |
| 19 | Time taken to close a file related to a compliance matter | 43 |
| 20 | Overall impression by consumers of <i>Credit Cards and You</i> , January 2004 issue | 44 |

Figures

| | | |
|---|---|----|
| 1 | FCAC compliance case management process | 36 |
| 2 | FCAC's Results-based management accountability framework (RMAF) | 40 |



Financial **statements**

Financial highlights

The Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) is funded by assessments paid by federally regulated financial institutions. Banks pay more than 90 percent of FCAC's costs since most of the consumer provisions overseen by the Agency apply to them.

This annual report presents information on FCAC's second full year of operations. Although the budget for 2003–04 was originally projected at \$7.3 million, the total expenditures amounted to \$6.2 million. For the previous fiscal year the figure was \$5.4 million.

As we put in place the Agency's programs, expenditures are closely managed and continue to be below budgeted projections. This reflects a prudent approach to financial management, as well as our ability to use partnerships to share or economize on costs.

During 2003–04 FCAC's workload increased substantially in the area of compliance, as well as in correspondence and outreach. In response, we added 5 full-time equivalent employees (FTEs), for a total of 35 FTEs — 2 more than had been projected in the 2003–04 business plan. The additional resources were needed to handle a greater-than-expected rise in demand for our services by Canadians.

The Compliance and Industry Relations Branch required more resources than expected to carry out and complete several industry examinations and reviews in such areas as credit cards, mortgages, follow-up to mystery shopping findings and implementation of the compliance framework. Work on these projects was in addition to a sharply increasing complaint caseload. The *Access to Basic Banking Services Regulations*, which came into force in September 2003, are generating more compliance

cases than expected; to assist with the workload, a compliance officer and a support person were hired.

In the Consumer Education and Public Affairs Branch, we added a statistical officer to deal with internal and external demands for analysis and reporting on consumer and compliance trends. Two FTEs were hired to meet the increased volume of consumer correspondence and to extend our outreach efforts.

As a result of a change in management strategy, FCAC decided to increase outreach capacity in order to better target our initiatives, instead of raising the Agency's profile through paid advertising in the media at this time.

On the basis of our knowledge of the issues that have emerged over the past year, it is still projected that the Agency will require annual expenditures of \$7 to \$8 million for a modest but complete program of activities that directly support our mandate of protecting and educating consumers across Canada.

At the same time, we are continuing operational efficiencies through common services agreements with the Office of the Superintendent of Financial Institutions (for financial and human resources administration), the Canada Deposit Insurance Corporation (for a joint call centre), and Public Works and Government Services Canada (for turnkey support for information technology). In addition, we are developing partnerships that support our outreach initiatives and offer cost-sharing opportunities.

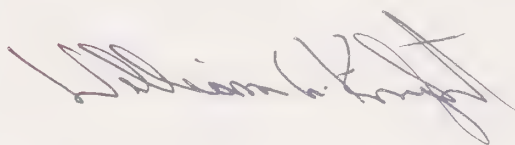
We are striving to put in place an effective program that meets the expectations of Parliament and Canadian consumers, while remaining committed to the efficient use of the resources provided to the Agency.

Management's responsibility for the financial statements

Responsibility for the integrity and objectivity of the accompanying financial statements and the consistency with all other information contained in this annual report rests with the management of the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC).

These financial statements, which include amounts based on management's best estimates as determined through experience and judgement, have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. Management has developed and maintained books of accounts, records, internal controls, management practices, and information systems designed to provide reasonable assurance that the assets are safeguarded and controlled, resources are managed economically and efficiently in the attainment of corporate objectives, and that transactions are in accordance with the *Financial Administration Act* and regulations as well as FCAC policies and statutory requirements.

The Auditor General of Canada, the independent auditor for the Government of Canada, has audited the transactions and financial statements of FCAC, and reports on her audit to the Minister of Finance.



William G. Knight
Commissioner,
Financial Consumer Agency of Canada



Jim Callon
Deputy Commissioner,
Financial Consumer Agency of Canada

Ottawa, Canada

May 28, 2004



AUDITOR'S REPORT

To the Minister of Finance

I have audited the statement of financial position of the Financial Consumer Agency of Canada as at March 31, 2004 and the statements of operations and equity of Canada and cash flows for the year then ended. These financial statements are the responsibility of the Agency's management. My responsibility is to express an opinion on these financial statements based on my audit.

I conducted my audit in accordance with Canadian generally accepted auditing standards. Those standards require that I plan and perform an audit to obtain reasonable assurance whether the financial statements are free of material misstatement. An audit includes examining, on a test basis, evidence supporting the amounts and disclosures in the financial statements. An audit also includes assessing the accounting principles used and significant estimates made by management, as well as evaluating the overall financial statement presentation.

In my opinion, these financial statements present fairly, in all material respects, the financial position of the Agency as at March 31, 2004 and the results of its operations and its cash flows for the year then ended in accordance with Canadian generally accepted accounting principles.

John Rossetti, CA
Principal
for the Auditor General of Canada

Ottawa, Canada
May 28, 2004

Statement of Financial Position

As at March 31

| | 2004 | 2003 |
|---|---------------------|---------------------|
| ASSETS | | |
| Current | | |
| Cash Entitlement | \$ 2,002,702 | \$ 2,050,040 |
| Assessments Receivable | 130,569 | 27,994 |
| Other Current Assets | 1,741 | 1,625 |
| Other Assets | 92,713 | 81,571 |
| Capital Assets (note 5) | 576,235 | 683,367 |
| Total Assets | \$ 2,803,960 | \$ 2,844,597 |
| LIABILITIES | | |
| Current | | |
| Accounts Payable and Accrued Liabilities (notes 6, 7) | \$ 577,785 | \$ 720,308 |
| Unearned Revenue | 624,110 | 650,052 |
| Loan Payable (note 6) | 1,500,000 | 1,350,000 |
| Employee Future Benefits | 102,065 | 124,237 |
| Total Liabilities | \$ 2,803,960 | \$ 2,844,597 |
| Equity of Canada | — | — |
| TOTAL LIABILITIES AND EQUITY OF CANADA | \$ 2,803,960 | \$ 2,844,597 |

Commitments (note 8)

Approved by:



William G. Knight
Commissioner, Financial Consumer Agency of Canada

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Statement of Operations and Equity of Canada

For the year ended March 31

| | 2004 | 2003 |
|--|------------------|------------------|
| REVENUE | | |
| Assessments | \$ 6,176,587 | \$ 5,382,358 |
| Other Revenue | 985 | 1,094 |
| Total Revenue | 6,177,572 | 5,383,452 |
| EXPENSES | | |
| Salaries and Benefits (note 4) | 3,365,851 | 2,848,840 |
| Professional Services (note 7) | 1,083,708 | 835,886 |
| Accommodation (notes 7, 8) | 652,047 | 616,611 |
| Other | 467,683 | 262,976 |
| Information Management / Information Technology Costs (note 7) | 424,478 | 611,526 |
| Interest | 126,017 | 101,950 |
| Travel | 115,960 | 88,669 |
| Employee Future Benefits | (22,172) | 16,994 |
| Total Expenses | 6,213,572 | 5,383,452 |
| Operating Results before Administrative Monetary Penalties and Government Funding | (36,000) | — |
| Administrative Monetary Penalties (note 9) | 17,000 | — |
| Parliamentary Appropriations — Modern Comptrollership (note 10) | 36,000 | — |
| Net Operating Results | 17,000 | — |
| EQUITY OF CANADA, BEGINNING OF YEAR | | |
| Administrative Monetary Penalties earned on behalf of the Government | (17,000) | — |
| EQUITY OF CANADA, END OF YEAR | \$ — | \$ — |

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Statement of Cash Flows

For the year ended March 31

| | 2004 | 2003 |
|--|---------------------|---------------------|
| OPERATING ACTIVITIES | | |
| Net Operating Results | \$ 17,000 | \$ — |
| Non-Cash items included in net operating results | | |
| Amortization of Capital Assets (note 5) | 172,525 | 151,328 |
| Accrued Employee Future Benefits | (22,172) | 16,994 |
| Changes in working capital | | |
| (Increase) / Decrease in Assessments Receivable | (102,575) | 6,801,115 |
| (Increase) in Other Assets | (11,142) | (50,195) |
| (Increase) in Other Current Assets | (116) | (1,625) |
| (Decrease) in Accounts Payable and Accrued Liabilities | (142,523) | (568,759) |
| (Decrease) in Unearned Revenue | (25,942) | (3,040,537) |
| Administrative Monetary Penalties Remitted to the Consolidated Revenue Fund | (17,000) | — |
| Cash Flows (used for) / provided by Operating Activities | (131,945) | 3,308,321 |
| INVESTING ACTIVITIES | | |
| Acquisition of Capital Assets (note 5) | (65,393) | (115,607) |
| Cash Flows (used for) Investing Activities | (65,393) | (115,607) |
| FINANCING ACTIVITIES | | |
| New Borrowings during the year | 6,000,000 | 1,350,000 |
| Repayments during the year | (5,850,000) | (7,000,000) |
| Cash Flows provided by / (used for) Financing Activities | 150,000 | (5,650,000) |
| CASH ENTITLEMENT | | |
| (Decrease) in cash entitlement during the year | (47,338) | (2,457,286) |
| Cash Entitlement, Beginning of Year | 2,050,040 | 4,507,326 |
| Cash Entitlement, End of Year | \$ 2,002,702 | \$ 2,050,040 |

The accompanying notes are an integral part of these Financial Statements.

Notes to the Financial Statements

For the year ended March 31, 2004

1. Authority and objectives

On October 24, 2001, the *Financial Consumer Agency of Canada Act* (the Act) came into force, establishing the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC, or the Agency). The Financial Consumer Agency of Canada is responsible for strengthening the oversight of consumer protection measures in the federally regulated financial sector and for expanding consumer education activities. The Agency is a department of the Government of Canada and is listed in schedule I.1 of the *Financial Administration Act*.

FCAC's mandate is specifically set out in the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. It must:

- a) **supervise** financial institutions to determine whether they are in compliance with the consumer provisions applicable to them;
- b) **promote** the adoption by financial institutions of policies and procedures to implement consumer provisions applicable to them;
- c) **monitor** the implementation of financial institutions' publicly available voluntary codes of conduct that are designed to protect the interests of their customers, and monitor any public commitments made by financial institutions to protect the interests of their customers;
- d) **promote** consumer awareness about the obligations of financial institutions under consumer provisions applicable to them; and
- e) **foster** an understanding of financial services and issues relating to financial services, in cooperation with any department, agency or agency corporation of the Government of Canada, or of a province, financial institution, or consumer or other organization.

Section 18(3) of the Act provides that the Agency's costs of operations are to be assessed to the industry. FCAC's operations are typically funded entirely through this process.

FCAC assessment revenues are charged in accordance with the *Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations*, which outline the methodology used to determine each institution's assessment.

The Agency manages its working capital requirements by borrowing funds from the Government of Canada as authorized under Section 13.1 of the Act.

2. Summary of significant accounting policies

a) Basis of presentation

These financial statements have been prepared in accordance with Canadian generally accepted accounting principles. The Agency is dependent on its assessments of financial institutions to fund its costs of operations, including those related to employee future benefits.

b) Revenue recognition

FCAC matches its revenue to its operating costs. Any assessments that have been billed and for which costs have not been incurred are classified as current liabilities (unearned revenue) on the statement of financial position.

Assessments are billed annually based on an estimate of the current fiscal year's costs of operations together with an accounting of the previous year's assessed costs against actual costs incurred. The assessment process is undertaken before December 31 in each year, in accordance with Section 18(1) of the Act. As a result, at March 31 of each year, amounts may have been collected in advance of the incurrence of costs or, alternatively, funds may be owed to the Agency to fund its costs of operation.

c) Employee future benefits

i) Pension benefits

FCAC's eligible employees participate in the Public Service Superannuation Plan (the Plan) administered by the Government of Canada. Both employees and FCAC contribute to the cost of the Plan. The Agency's contribution amount is currently based on a multiple of employees' required contributions, and may change over time depending on the experience of the Plan. These contributions represent the total pension obligations of the Agency and are charged to operations on a current basis. FCAC is not required under present legislation to make contributions with respect to any actuarial deficiencies of the Plan.

ii) Severance benefits

On termination of employment, employees are entitled to certain benefits provided for under their conditions of employment through a severance benefits plan. The cost of these benefits is periodically actuarially determined and is accrued as employees render the services necessary to earn severance benefits.

The cost of the severance benefits is actuarially determined using the projected benefit method prorated on services. The valuation of the liability is based upon a current market discount rate and other actuarial assumptions, which represent management's best long-term estimates of factors such as future wage increases and employee resignation rates.

In those years where no actuarial review is performed, management prepares an estimate of the closing employee future benefits liability, based on the most recent actuarial report and current employee information.

d) Cash entitlement

The Financial Consumer Agency of Canada does not deposit cash into or issue cheques from its own bank account. The financial transactions of the Agency are processed through the Consolidated Revenue Fund (CRF), a banking facility administered by the Receiver General for Canada. FCAC's cash entitlement represents the amount the Agency is entitled to withdraw from the CRF without further authority. This amount does not earn interest.

e) Assessments receivable

Assessments receivable are stated at amounts expected to be ultimately realized and represent a debt due to Her Majesty.

f) Capital assets

All capital assets are initially recorded at acquisition cost. Amortization of capital assets is calculated on a straight-line basis over the estimated useful life of the asset, as follows:

| <i>Asset class</i> | <i>Amortization period</i> |
|---------------------------|--|
| Office equipment | 4 years |
| Furniture and fixtures | 7 years |
| Informatics hardware | 3 years |
| Informatics software | 5 years |
| Leasehold improvements | lesser of useful life or term of the lease |

3. Measurement uncertainty

The preparation of financial statements requires management to make estimates and assumptions that affect the reported amounts of assets, liabilities, revenues and expenses reported in the financial statements. At the time of preparation of these statements, management believes the estimates and assumptions to be reasonable. The most significant item involving the use of estimates and assumptions is the Agency's allowance for employee future benefits. This liability was actuarially determined for the fiscal year ended March 31, 2004, and was estimated by management for the year ended March 31, 2003.

4. Pension Benefits

The estimated employer contributions to the Public Service Superannuation Plan during the year were \$324,052 (2003 — \$259,631).

5. Capital assets

| Category | Gross book values | | | Accumulated amortization | | | Net book values | |
|------------------------|-------------------|------------------|-------------------|--------------------------|----------------------|-------------------|-------------------|-------------------|
| | Opening balance | Additions | Closing balance | Opening balance | Amortization expense | Closing balance | 2004 | 2003 |
| Leasehold improvements | \$ 375,810 | \$ 7,033 | \$ 382,843 | \$ 116,227 | \$ 87,053 | \$ 203,280 | \$ 179,563 | \$ 259,583 |
| Furniture and fixtures | 392,884 | 40,550 | 433,434 | 74,084 | 56,615 | 130,699 | 302,735 | 318,800 |
| Office equipment | 36,845 | 14,817 | 51,662 | 10,409 | 10,146 | 20,555 | 31,107 | 26,436 |
| Informatics hardware | 7,650 | 2,993 | 10,643 | 3,612 | 2,716 | 6,328 | 4,315 | 4,038 |
| Informatics software | 79,974 | — | 79,974 | 5,464 | 15,995 | 21,459 | 58,515 | 74,510 |
| Total | \$ 893,163 | \$ 65,393 | \$ 958,556 | \$ 209,796 | \$ 172,525 | \$ 382,321 | \$ 576,235 | \$ 683,367 |

6. Loan payable

FCAC funds its ongoing operations with cash advanced from the Consolidated Revenue Fund. The terms and conditions of the loan agreement for funds advanced as at March 31, 2004, together with comparatives for the preceding year, are as follows:

| | | |
|-------------------|---------------|------------------------|
| Principal amount: | \$1,500,000 | (2003 — \$1,350,000) |
| Maturity date: | Feb. 23, 2005 | (2003 — Feb. 21, 2004) |
| Interest rate: | 2.25% | (2003 — 3.38%) |

Interest is due upon maturity, and is recorded in Accounts Payable and Accrued Liabilities. Interest paid during the year was \$127,298 (2003 — \$158,303).

7. Related party transactions

FCAC is related in terms of common ownership to all Government of Canada departments, agencies and Crown corporations. The Agency has entered into service agreements with several departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency and its staff in carrying out its mandate. FCAC currently works with the following partners:

- Public Works and Government Services Canada (PWGSC)
- Canada Deposit Insurance Corporation (CDIC)
- the Office of the Superintendent of Financial Institutions (OSFI)

FCAC also enters into transactions with other government entities in the normal course of business and on normal trade terms applicable to all individuals and enterprises. The following table summarizes the impact of the Agency's significant related-party transactions for the year on total expenses. The transactions are measured at the exchange amount, which is the amount of consideration established and agreed to by the related parties.

| Expenses | 2004 | 2003 |
|--|-------------|-------------|
| Treasury Board — Employee Benefits | \$ 628,079 | \$ 507,813 |
| PWGSC — Accommodation | \$ 467,388 | \$ 458,803 |
| PWGSC — Information Management / Information Technology | \$ 350,562 | \$ 557,500 |
| CDIC — Professional Services (Call Centre Administration) | \$ 259,369 | \$ 246,496 |
| Department of Finance — Interest on Loans from the Consolidated Revenue Fund | \$ 125,947 | \$ 101,668 |
| PWGSC — Translation Services | \$ 123,245 | \$ 63,687 |
| OSFI — Professional Services (Financial Services) | \$ 110,008 | \$ 102,060 |
| OSFI — Professional Services (Human Resources Services) | \$ 92,525 | \$ 98,232 |

At the end of the year, amounts due to (from) the above related parties are as follows:

| Accounts payable / (Accounts receivable) | 2004 | 2003 |
|---|-------------|-------------|
| PWGSC — Information Management / Information Technology | \$ (60,438) | \$ 136,000 |
| CDIC — Professional Services (Call Centre Administration) | \$ 70,726 | \$ 82,103 |
| Treasury Board — Employee Benefits | \$ 62,117 | \$ — |
| Department of Finance — Interest Payable | \$ 3,462 | \$ 4,813 |
| PWGSC — Translation Services | \$ 5,279 | \$ 6,784 |
| OSFI — Professional Services (Human Resources Services) | \$ — | \$ 8,489 |
| OSFI — Professional Services (Financial Services) | \$ — | \$ 8,820 |

8. Commitments

Contractual commitments arising from service agreements entered into with various departments and one Crown corporation for the supply of key services to the Agency, as well as future minimum lease payments for the remaining term of the Agency's lease for office space, are outlined below.

| Year ending March 31 | Service Agreements | Operating Lease | Total |
|-----------------------------|---------------------------|------------------------|-------------------|
| 2005 | \$ 123,464 | \$ 291,347 | \$ 414,811 |
| 2006 | 100,465 | 291,347 | 391,812 |
| 2007 | 105,489 | — | 105,489 |
| Total | \$ 329,418 | \$ 582,694 | \$ 912,112 |

9. Administrative Monetary Penalties

The Commissioner of the FCAC may issue Notices of Violation and impose an administrative penalty in cases where he believes that there has been a violation of the consumer provisions or non-compliance with any compliance agreement entered into under an Act listed in Schedule 1 to the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. The penalty amount may be as high as \$50,000 for an individual and \$100,000 for an institution.

Penalties levied by FCAC are non-respondable and are to be remitted to the Consolidated Revenue Fund. The funds are not available to FCAC and are not included in the balance of the Cash Entitlement. As a result, the penalties do not reduce the amount that FCAC assesses the industry in respect of its operating costs.

FCAC levied \$17,000 (2003 — nil) in administrative monetary penalties during fiscal year 2003-04.

10. Parliamentary Appropriation

During fiscal year 2003-04, FCAC was granted a non-recurring appropriation of \$36,000 (2003 — nil) to be applied to activities consistent with the Government Modern Comptrollership initiative.



Glossary

Adherence (to a voluntary code of conduct or public commitment)

After investigation of a complaint, a finding by the Financial Consumer Agency of Canada (FCAC) that the actions of the financial institution concerned are consistent with that institution's voluntary code of conduct or public commitment governing such actions.

Administrative Monetary Penalty

A monetary penalty that the Commissioner can impose. This could be as high as \$50,000 for an individual or \$100,000 for an institution. The amount is determined on the basis of three criteria: the degree of intent or negligence of the violator, the harm done by the violation and any history of previous violations.

Case

A file opened by FCAC's Compliance and Industry Relations Branch pertaining to a compliance matter, such as an alleged contravention of a consumer provision, code of conduct or public commitment. Circumstances surrounding the matter are reviewed and assessed by the Branch.

Closed case

Compliance case investigated by FCAC and concluded by March 31.

Code of conduct

A code adopted by a financial institution or an industry association and made publicly available (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that financial institution or industry association. FCAC monitors adherence by federally regulated financial institutions to their voluntary codes of conduct.

Coercive tied selling

The action of coercing or using undue pressure in order to induce an individual to obtain a product or service from a particular person, bank or affiliate as a condition for obtaining another product or service from that same source.

Complaint-handling procedures

Procedures that federally regulated financial institutions are required by law to put in place for dealing with complaints made by persons who have requested or received products or services from a financial institution in Canada.

Compliance framework

A framework outlining how FCAC supervises financial institutions' compliance with legislated consumer provisions, and how it monitors the institutions' compliance with voluntary codes of conduct and public commitments.

Consumer provision

A provision of federal legislation/regulations identified as a consumer provision in section 2 of the *Financial Consumer Agency of Canada Act*. When designated by regulation, contravention of such a provision constitutes a violation.

Examination, annual

An examination conducted by FCAC once in each calendar year for the purpose of satisfying the Commissioner that a financial institution is in general compliance with the consumer provisions applicable to that institution.

Examination, special

An examination conducted by FCAC, as circumstances require, for the purpose of satisfying the Commissioner that a financial institution is complying with specific consumer provisions applicable to that institution.

Filing

A document that a federally regulated financial institution is required by legislation (the *Bank Act*, the *Cooperative Credit Associations Act*, the *Insurance Companies Act* or the *Trust and Loan Companies Act*) to file with FCAC.

Letter of Reprimand

An administrative measure, provided for in FCAC's compliance framework. It may be used in cases where a violation by a financial institution involves an isolated problem and has limited impact on the consumer, but where a Notice of Violation is not required. In a letter sent to the institution, the Commissioner notes the violation and confirms that proper corrective action has been taken.

Non-adherence

After investigation by FCAC, a determination that a complaint has merit and that the actions of a particular financial institution do not comply with the terms of a voluntary code of conduct or a public commitment applicable to that institution.

Notice of Violation

A notice provided for by law and issued by the Commissioner, informing a financial institution that it has violated a consumer provision. The *Financial Consumer Agency of Canada Act* requires the notice to state the name of the institution that committed the violation, the nature of the violation and the amount of the Administrative Monetary Penalty levied against the institution by FCAC. The Commissioner may also publicize the violation.

Opened case

Case entered into FCAC's tracking system.

Pending case

Compliance case still under investigation by FCAC as of March 31.

Public Accountability Statement

A statement that each large financial institution is required by law to publish annually and file with the FCAC Commissioner. It describes the contributions made by that institution to Canada's economy and society.

Public commitment

A commitment made publicly by a financial institution or an industry association (for example, on its Web site), designed to protect the interests of customers of that institution or association. FCAC monitors adherence by federally regulated financial institutions to their public commitments.

Self-reported complaint / Reportable complaint

A complaint involving a consumer provision, escalated by a financial institution to the reportable level of that institution's complaint-handling procedure. FCAC's compliance framework requires federally regulated financial institutions to inform the Agency of any reportable complaint (as defined in the framework) that involves a consumer provision.

Violation

The contravention of a consumer provision, as defined by the *Financial Consumer Agency of Canada Designated Regulations*.

Withdrawn case

A case on which action has been discontinued, either because the consumer who lodged the complaint has requested that FCAC not proceed any further with its investigation or because the consumer did not respond to FCAC's attempts to contact him or her in order to continue its investigation.



Appendix B

Consumer provisions and regulations

The *Financial Consumer Agency of Canada Act* identifies consumer provisions under the following legislation:

- the *Bank Act*;
- the *Insurance Companies Act*;
- the *Trust and Loan Companies Act*; and
- the *Cooperative Credit Associations Act*.

The following table summarizes the legislated consumer provisions that the Agency administers, and the types of federally regulated financial institutions affected by each provision.

| Type of consumer provisions | Bank | Trust and loan companies | Insurance companies | Retail associations |
|---|------|--------------------------|---------------------|---------------------|
| Requirement to disclose interest and charges applicable to deposit accounts | X | X | | X |
| Requirement to disclose the cost of borrowing | X | X | X | X |
| Requirement to have procedures for protecting customer information (no regulations in effect) | X | X | X | X |
| Requirement to open retail deposit accounts | X | | | |
| Requirement to provide notice that deposits are not insured when bank is not a member of CDIC | X | | | |
| Requirement to offer a standard low-cost account (not in effect) <i>Note: Instead of a regulatory approach to bring this provision into effect, eight financial institutions have voluntarily committed to providing a low-cost account within guidelines established by the government.</i> | X | | | |
| Within 14 days of opening a retail deposit account by telephone, consumer's right to close the account without charge | X | X | | X |
| Prohibition on charging for cashing government cheques | X | X | | X |
| Obligation to cash government cheques to a maximum of \$1,500, as specified by regulation | X | | | |
| Requirement to provide notice before closing a retail branch | X | X | | X |
| Requirement for large institutions (with equity of \$1 billion or more) to file Public Accountability Statements | X | X | X | |
| Requirement to set up complaint procedures and to file a copy of those procedures with FCAC | X | X | X | X |
| Requirement to join a separate complaints resolution organization | | X | X | X |
| Restriction concerning coercive tied selling | X | | | |

| <i>Type of consumer provisions</i> | <i>Banks</i> | <i>Trust and loan companies</i> | <i>Insurance companies</i> | <i>Retail associations</i> |
|--|--------------|-------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Requirements to disclose information to consumers as required by regulation (e.g. regulations on index-linked deposits, cheque holding policies) | X | X | X | X |
| Consumers' right to prepay loans | X | X | X | X |
| Institution to provide information about FCAC when consumers have complaints about the institution's compliance with consumer provisions | X | X | X | X |

| <i>Related matters</i> | <i>Banks</i> | <i>Trust and loan companies</i> | <i>Insurance companies</i> | <i>Retail associations</i> |
|--|--------------|-------------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|
| Requirement for FCAC to monitor industry codes of conduct and public commitments (e.g. codes dealing with debit cards or with small and medium-sized businesses) | X | X | X | X |
| Requirement for FCAC to report annually, in aggregate form, on the number and types of complaints brought to its attention | X | X | X | X |
| Requirement for institutions to provide information to the Commissioner, as necessary | X | X | X | X |
| Requirement for annual compliance examination and reporting | X | X | X | X |
| Ability to enter into Compliance Agreements | X | X | X | X |
| Requirement to pay assessments for funding of FCAC | X | X | X | X |
| Ability to designate contraventions that are subject to administrative penalties | X | X | X | X |

Appendix C

Status of consumer provision regulations as of March 31, 2004

| <i>Name of regulations</i> | <i>Status</i> | <i>Reference No.</i> |
|---|---------------|--|
| <i>Access to Basic Banking Services Regulations</i> | in force | SOR/2003-184 |
| <i>Cheque Holding Policy Disclosure (Banks) Regulations</i> | in force | SOR/2002-39 |
| <i>Complaint Information (Authorized Foreign Banks) Regulations</i> | in force | SOR/2001-370 |
| <i>Complaint Information (Banks) Regulations</i> | in force | SOR/2001-371 |
| <i>Complaint Information (Canadian Insurance Companies) Regulations</i> | in force | SOR/2001-373 |
| <i>Complaint Information (Foreign Insurance Companies) Regulations</i> | in force | SOR/2001-372 |
| <i>Complaint Information (Retail Associations) Regulations</i> | in force | SOR/2001-374 |
| <i>Complaint Information (Trust and Loan Companies) Regulations</i> | in force | SOR/2001-375 |
| <i>Cost of Borrowing (Authorized Foreign Banks) Regulations</i> | in force | SOR/2002-262 |
| <i>Cost of Borrowing (Banks) Regulations</i> | in force | SOR/2001-101 |
| <i>Cost of Borrowing (Canadian Insurance Companies) Regulations</i> | in force | SOR/2001-102 |
| <i>Cost of Borrowing (Foreign Insurance Companies) Regulations</i> | in force | SOR/2001-103 |
| <i>Cost of Borrowing (Retail Associations) Regulations</i> | in force | SOR/2002-263 |
| <i>Cost of Borrowing (Trust and Loan Companies) Regulations</i> | in force | SOR/2001-104 |
| <i>Disclosure of Charges (Authorized Foreign Banks) Regulations</i> | in force | SOR/99-278 |
| <i>Disclosure of Charges (Banks) Regulations</i> | in force | SOR/92-324 |
| <i>Disclosure of Charges (Retail Associations) Regulations</i> | in force | SOR/2003-297 |
| <i>Disclosure of Interest (Authorized Foreign Banks) Regulations</i> | in force | SOR/1999-272, as amended by SOR/2001-468 |
| <i>Disclosure of Interest (Banks) Regulations</i> | in force | SOR/1992-321, as amended by SOR/2001-469 |
| <i>Disclosure of Interest (Retail Associations) Regulations</i> | in force | SOR/2003-298 |
| <i>Disclosure of Interest (Trust and Loan Companies) Regulations</i> | in force | SOR/1992-322, as amended by SOR/2001-470 |

| <i>Name of regulations</i> | <i>Status</i> | <i>Reference No.</i> |
|--|---------------|---|
| <i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Authorized Foreign Banks) Regulations</i> | in force | SOR/2001-471 |
| <i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Banks) Regulations</i> | in force | SOR/2001-472 |
| <i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Retail Associations) Regulations</i> | in force | SOR/2003-299 |
| <i>Disclosure on Account Opening by Telephone Request (Trust and Loan Companies) Regulations</i> | in force | SOR/2001-473 |
| <i>Financial Consumer Agency of Canada Assessment of Financial Institutions Regulations</i> | in force | SOR/2001-474 |
| <i>Financial Consumer Agency of Canada Designated Violations Regulations</i> | in force | SOR/2002-101 |
| <i>Index-linked Deposits Interest Disclosure Regulations</i> | in force | SOR/2002-102 |
| <i>Notice of Branch Closure (Banks) Regulations</i> | in force | SOR/2002-104, as amended by SOR/2003-70 |
| <i>Notice of Branch Closure (Cooperative Credit Associations) Regulations</i> | in force | SOR/2002-105, as amended by SOR/2003-70 |
| <i>Notice of Branch Closure (Trust and Loan Companies) Regulations</i> | in force | SOR/2002-106, as amended by SOR/2003-70 |
| <i>Notices of Uninsured Deposits Regulations</i> | in force | SOR/99-388, as amended by SOR/2002-338 |
| <i>Public Accountability Statements (Banks, Insurance Companies, Trust and Loan Companies) Regulations</i> | in force | SOR/2002-133 |



Appendix D

Major codes of conduct and *public commitments* *monitored by FCAC*

Codes of conduct

Canadian Bankers Association (CBA) Code of Conduct for Authorized Insurance Activities

Outlines the banks' standards for branch employees to offer credit, travel and personal accident insurance. Deals with training, disclosure, promotion practices, customer privacy protection and customer redress.

Canadian Code of Practice for Consumer Debit Card Services

Outlines industry practices and consumer/industry responsibilities. Designed to protect Canadian consumers who use debit card services.

Codes of Conduct for Bank Relations with Small and Medium-Sized Businesses

Each bank develops and applies its own code to the business activities it conducts with small and medium-sized enterprise (SME) customers. Every code includes the key elements of the CBA Model Code of Conduct, the minimum standard for banks dealing with SMEs.

Principles of Consumer Protection for Electronic Commerce: A Canadian Framework

Intended to guide the actions of businesses, consumers and governments in Canada to develop a consumer protection framework for electronic commerce over open networks, including the Internet.

Public commitments

Credit Cards

Several financial institutions have made formal commitments to protect consumers from the unauthorized use of credit cards. These commitments outline consumers' liability for fraudulent transactions.

Guidelines for the Transfer of Registered Plans

Explanation of the maximum time that banks may require to process transfers of deposit-type registered plans.

Low-Cost Accounts

Eight Canadian financial institutions have undertaken to offer accounts that meet guidelines set out by the federal government since February 2001, with the aim of ensuring that Canadians have access to affordable banking services.

Plain-Language Mortgage Documents

Reflect the banks' commitment to improving the understandability of residential mortgage documents.

Undertaking on Right of Rescission of Index-linked Deposits Purchased by Telephone

For telephone purchasers of index-linked deposits who have not received the required written statement prior to purchase, seven Canadian financial institutions have committed to allowing the opportunity to rescind the purchase within 48 hours from the actual or deemed receipt of such a statement, whichever is earlier.

Undertaking on Unsolicited Services

Six Canadian financial institutions have committed to implementing procedures designed to protect consumers when offering unsolicited services.

Note: For definitions of the terms "code of conduct" and "public commitment," see Appendix A (Glossary).





Value for **Canadians**

ANNUAL REPORT 2003 – 2004

RAPPORT ANNUEL 2003 - 2004

Dans l'intérêt des **Canadiens**



Engagement relatif au droit de résilier les dépôts indexés par téléphone

Dans l'intérêt des consommateurs ayant effectué des dépôts indexés par téléphone sans avoir reçu le document d'information réglementaire avant leur achat, sept institutions financières canadiennes se sont engagées à leur permettre d'annuler l'achat dans les 48 heures suivant la réception réelle ou présumée du document, selon la première occurrence.

Engagement relatif aux services non sollicités

Six institutions financières canadiennes se sont engagées à mettre en œuvre des procédures conçues pour protéger les consommateurs lorsque des services non sollicités leur sont offerts.

Lignes directrices applicables au transfert des régimes enregistrés

Ces lignes directrices expliquent les modalités relatives au temps maximal que les banques peuvent prendre pour assurer le transfert des régimes enregistrés comportant des instruments de dépôt.

N.B. Pour une définition des termes « code de conduite » et « engagement public », voir l'annexe A (Glossaire).



Principaux codes de conduite et

engagements publics sous la surveillance de l'ACFC

Principes régissant la protection des

consommateurs dans le commerce

électronique : le cadre canadien

Ces principes visent à guider les entreprises, les

consommateurs et les gouvernements du Canada

appelés à élaborer un cadre de protection des

consommateurs dans le contexte du commerce

électronique sur réseaux ouverts, dont Internet.

Engagements publics

Cartes de crédit

Plusieurs institutions financières se sont officiellement

engagées à protéger les consommateurs contre

l'utilisation non autorisée des cartes de crédit. Ces

engagements traitent de la responsabilité des

consommateurs en ce qui concerne les opérations

frauduleuses.

Comptes à frais modiques

En février 2001, huit institutions financières canadiennes

se sont engagées à offrir des comptes qui respectent

les lignes directrices établies par le gouvernement

fédéral, pour faire en sorte que les Canadiens aient

accès à des services bancaires abordables.

Documents hypothécaires rédigés en

un langage simple

Ces documents reflètent l'engagement des banques

à accroître la clarté des documents hypothécaires

résidentiels.

Codes de conduite

Code de conduite de l'Association des

banquiers canadiens (ABC) pour les activités

d'assurance autorisées

Ce code présente les normes adoptées par les banques

à l'intention des employés des succursales, qui sont

chargés d'offrir de l'assurance crédit, voyage et

renseignements à fournir, des pratiques de promotion,

de la protection de la vie privée des clients et des

recours qui sont à la disposition de ceux-ci.

Code de pratique canadien des services de

cartes de débit

Ce code décrit les pratiques de l'industrie et les

responsabilités des consommateurs et de l'industrie.

Il a pour objectif de protéger les consommateurs

canadiens qui utilisent les services de cartes de débit.

Codes de conduite sur les relations des

banques avec les petites et moyennes

entreprises

Chaque banque élabore et applique son propre code

aux relations d'affaires qu'elle entretient avec les

petites et moyennes entreprises (PME) clientes. Tous

les codes comprennent les éléments clés du modèle de

code de conduite de l'ABC, dans lequel figurent les

normes minimales à respecter pour les banques qui

traitent avec les PME.



| Titre des règlements | N° de référence |
|--|---|
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques étrangères autorisées) | DORS 2001-471 |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (banques) | DORS/2001-472 |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (associations de détail) | DORS/2003-299 |
| Règlement sur la communication en cas de demande téléphonique d'ouverture de compte (sociétés de fiducie et de prêt) | DORS/2001-473 |
| Règlement en matière financière des cotisations des institutions financières (Agence de la consommation en matière financière du Canada) | DORS/2001-474 |
| Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada) | DORS/2002-101 |
| Règlement sur la communication de l'intérêt sur les dépôts indicatifs | DORS 2002-102 |
| Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (banques) | DORS/2002-104, modifié par DORS/2003-70 |
| Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (associations coopératives de crédit) | DORS/2002-105, modifié par DORS/2003-70 |
| Règlement sur les préavis de fermeture de succursales (sociétés de fiducie et de prêt) | DORS/2003-70, modifié par DORS/2002-106 |
| Règlement sur les avis relatifs aux dépôts non assurés | DORS/99-388, modifié par DORS/2002-338 |
| Règlement sur la déclaration annuelle (banques, sociétés d'assurances, sociétés de fiducie et de prêt) | DORS/2002-133 |

État des règlements liés aux dispositions visant les consommateurs au 31 mars 2004

Annexe C

| Titre des règlements | État | N° de référence |
|--|------------|--|
| Règlement sur l'accès aux services bancaires de base | en vigueur | DORS/2003-184 |
| Règlement sur la communication de la politique de retenue de chèques (banques) | en vigueur | DORS/2002-39 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques étrangères autorisées) | en vigueur | DORS 2001-370 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (banques) | en vigueur | DORS/2001-371 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances canadiennes) | en vigueur | DORS 2001-373 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés d'assurances étrangères) | en vigueur | DORS/2001-372 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (associations de détail) | en vigueur | DORS/2001-374 |
| Règlement sur les renseignements relatifs aux réclamations (sociétés de fiducie et de prêt) | en vigueur | DORS/2001-375 |
| Règlement sur le colit d'emprunt (banques étrangères autorisées) | en vigueur | DORS/2002-262 |
| Règlement sur le colit d'emprunt (banques) | en vigueur | DORS/2001-101 |
| Règlement sur le colit d'emprunt (sociétés d'assurances canadiennes) | en vigueur | DORS/2001-102 |
| Règlement sur le colit d'emprunt (sociétés d'assurances étrangères) | en vigueur | DORS/2001-103 |
| Règlement sur le colit d'emprunt (associations de détail) | en vigueur | DORS/2002-263 |
| Règlement sur le colit d'emprunt (sociétés de fiducie et de prêt) | en vigueur | DORS/2001-104 |
| Règlement sur la communication des frais (banques étrangères autorisées) | en vigueur | DORS/99-278 |
| Règlement sur la communication des frais (banques) | en vigueur | DORS/92-324 |
| Règlement sur la communication des frais (associations de détail) | en vigueur | DORS/2003-297 |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (banques étrangères autorisées) | en vigueur | DORS/1999-272, modifié par DORS/2001-468 |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (banques) | en vigueur | DORS/1992-321, modifié par DORS/2001-469 |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (associations de détail) | en vigueur | DORS/2003-298 |
| Règlement sur la communication de l'intérêt (sociétés de fiducie et de prêt) | en vigueur | DORS/1992-322, modifié par DORS/2001-470 |

| Types de dispositions visant les consommateurs | | | | |
|---|--------------|-----------|-------------|--------------|
| Sociétés de | Sociétés | Banques | Sociétés de | Associations |
| fiducie et de prêt | d'assurances | de détail | | |
| | | | | |
| Obligation des institutions de divulguer de l'information aux consommateurs, comme le prescrit la réglementation (par exemple la réglementation sur les dépôts indexés et les politiques concernant la retenue sur les chèques) | X | X | X | X |
| Droit du consommateur de rembourser les prêts par anticipation | X | X | X | X |
| Obligation des institutions d'informer les consommateurs au sujet de l'ACFC lorsqu'ils ont des plaintes concernant la conformité aux dispositions visant les consommateurs | X | X | X | X |

| Questions connexes | | | | |
|--|--------------|-----------|-------------|--------------|
| Sociétés de | Sociétés | Banques | Sociétés de | Associations |
| fiducie et de prêt | d'assurances | de détail | | |
| | | | | |
| Obligation de l'ACFC de surveiller les codes de conduite et les engagements publics de l'industrie (par exemple les codes concernant les cartes de débit ou les petites et moyennes entreprises) | X | X | X | X |
| Obligation de l'ACFC de rendre compte globalement, chaque année, du nombre de plaintes portées à son attention et de leur nature | X | X | X | X |
| Obligation des institutions de fournir de l'information au commissaire, au besoin | X | X | X | X |
| Obligation de mener, chaque année, un examen de conformité et d'établir un rapport | X | X | X | X |
| Capacité à conclure des ententes de conformité | X | X | X | X |
| Obligation de verser des cotisations pour financer les activités de l'ACFC | X | X | X | X |
| Capacité à désigner les contraventions pouvant donner lieu à des sanctions administratives | X | X | X | X |

Annexe B

Dispositions et règlements visant les consommateurs

La Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada prescrit les dispositions visant les consommateurs des lois suivantes :

- Loi sur les banques;
- Loi sur les sociétés d'assurances;
- Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt;
- Loi sur les associations coopératives de crédit.

Le tableau qui suit résume les dispositions législatives visant les consommateurs que l'Agence met à exécution ainsi que les types d'institutions financières fédérales assujetties à chaque disposition.

Types de dispositions visant les consommateurs

| Sociétés de Associations | Banques | Sociétés de fiducie et de prêt | Sociétés de Assurances | de détail |
|---|---------|-----------------------------------|---------------------------|-----------|
| Obligation de divulguer les intérêts et les frais applicables aux comptes de dépôt | X | X | | X |
| Obligation de divulguer le coût d'emprunt | X | X | X | X |
| Obligation de se doter de procédures visant à protéger l'information concernant les clients (aucun règlement en vigueur) | X | X | X | X |
| Obligation d'ouvrir des comptes de dépôt de détail | X | | | |
| Obligation d'aviser les consommateurs que les dépôts ne sont pas assurés lorsque la banque n'est pas membre de la SADC | X | | | |
| Obligation d'offrir un compte standard à frais modiques (pas en vigueur) N.B. Au lieu d'adopter un règlement pour officialiser cette disposition, huit institutions financières se sont engagées de leur plein gré à offrir un compte à frais modiques en respectant les lignes directrices établies par le gouvernement. | X | | | |
| Droit du consommateur de fermer, sans frais, un compte de dépôt de détail ouvert par téléphone 14 jours suivant l'ouverture du compte | X | X | | X |
| Interdiction d'imposer des frais pour l'encaissement des chèques du gouvernement | X | X | | X |
| Obligation des institutions d'encaisser les chèques du gouvernement d'un montant maximal de 1 500 \$, comme le prescrit la réglementation | X | | | |
| Obligation des institutions de donner un préavis avant de fermer une succursale de détail | X | X | | X |
| Obligation des grandes institutions (capitaux propres de 1 milliard de dollars ou plus) de déposer des déclarations sur les responsabilités envers la collectivité | X | X | X | |
| Obligation des institutions de se doter d'une procédure de traitement des plaintes et d'en déposer une copie à l'ACFC | X | X | X | X |
| Obligation des institutions d'adhérer à un organisme distinct de règlement des plaintes | | X | X | X |
| Restriction imposée aux institutions à propos des ventes liées avec coercition | X | | | |

Procès-verbal prescrit par la loi et dressé par le commissaire pour informer une institution financière qu'elle a violé une disposition visant les consommateurs. En vertu de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, le procès-verbal doit mentionner le nom de l'institution qui a commis la violation, la nature de la violation et le montant de la sanction administrative pécuniaire imposée par l'ACFC. Le commissaire peut aussi publier la nature de la violation.

Respect (d'un code de conduite volontaire ou d'un engagement public)

À l'issue d'une enquête menée relativement à une plainte par l'ACFC, les mesures prises par l'institution financière en cause sont jugées compatibles avec le code de conduite volontaire de l'institution ou l'engagement public présidant aux mesures prises.

Retrait

Retrait d'un cas parce que le consommateur a demandé à l'ACFC de ne pas poursuivre son enquête relativement à la plainte ou parce que le consommateur n'a pas donné suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec lui pour poursuivre son enquête.

Sanction administrative pécuniaire

Sanction pécuniaire que le commissaire peut imposer, et dont le montant peut atteindre 50 000 \$ pour un particulier et 100 000 \$ pour une institution. Le montant est déterminé en fonction de trois critères : la nature de l'intention ou de la négligence de l'auteur, la gravité du tort causé, et les antécédents de l'auteur.

Pratique soumettant un particulier à des pressions injustifiées ou à des mesures coercitives pour l'obliger à acquérir un produit ou un service auprès d'une personne, d'une banque ou d'une société affiliée afin d'obtenir un autre produit ou service de cette même source.

Violation

Contravention à une disposition visant les consommateurs définie au sens du Règlement sur les violations désignées (Agence de la consommation en matière financière du Canada).

Dossier en suspens

Cas de conformité faisant toujours l'objet d'une enquête par l'ACFC au 31 mars.

Dossier fermé

Cas de conformité ayant fait l'objet d'une enquête par l'ACFC et dont le dossier était fermé au 31 mars.

Dossier ouvert

Cas pour lequel un dossier a été ouvert et versé dans le système de suivi de l'ACFC.

Engagement public

Engagement public pris par une institution financière ou une association de l'industrie (par exemple dans son site Web) pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille le respect des engagements publics des institutions financières sous réglementation fédérale.

Examen (annuel)

Examen mené par l'ACFC, une fois par année civile, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme de manière générale aux dispositions visant les consommateurs, qui lui sont applicables.

Examen (spécial)

Examen mené par l'ACFC, lorsque les circonstances l'exigent, pour convaincre le commissaire qu'une institution financière se conforme à des dispositions spécifiques visant les consommateurs, qui lui sont applicables.

Lettre de réprimande

Mesure administrative prévue dans le Cadre de conformité de l'ACFC, qui peut être prise lorsqu'une violation commise par une institution financière se rapporte à un problème isolé et a des répercussions limitées sur le consommateur, mais n'exige pas de procès-verbal de violation. Au moyen d'une lettre adressée à l'institution financière en cause, le commissaire fait état de la violation et confirme que des mesures correctives appropriées ont été mises en œuvre.

Non-respect

À l'issue d'une enquête menée par l'ACFC, il est établi que la plainte est fondée et que les mesures prises par l'institution financière en cause ne respectent pas les conditions du code de conduite volontaire qui lui est applicable ou d'un engagement public qu'elle a pris.

Plainte à signaler

Plainte relative à une disposition visant les consommateurs, transmise par l'institution financière à l'échelon « à signaler » de la procédure de traitement des plaintes de l'institution. Le Cadre de conformité de l'ACFC exige que les institutions financières sous réglementation fédérale informent l'Agence de toute plainte à signaler (selon la définition énoncée dans le Cadre) liée à une disposition visant les consommateurs.

Procédure de traitement des plaintes

Procédure que les institutions financières sous réglementation fédérale sont tenues de mettre en place, en vertu de la loi, pour traiter les plaintes qui leur sont présentées par des particuliers ayant demandé ou reçu des produits ou des services d'une institution financière au Canada.

Glossaire

Cadre de conformité

Cadre présentant la façon dont l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) s'y prend pour surveiller la conformité des institutions financières aux dispositions visant les consommateurs prescrites par la loi et pour suivre de près leur respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics.

Code de conduite

Code adopté par une institution financière ou une association de l'industrie et rendu public (par exemple dans son site Web), conçu pour protéger les intérêts de ses clients ou membres. L'ACFC surveille le respect des codes de conduite volontaires des institutions financières sous réglementation fédérale.

Déclaration sur les responsabilités envers la collectivité

Déclaration que chaque grande institution financière est tenue de publier chaque année en vertu de la loi et dont elle doit remettre une copie au commissaire de l'ACFC. La déclaration expose la contribution de l'institution à l'économie et à la société canadiennes.

Disposition visant les consommateurs

Disposition d'une loi ou d'un règlement fédéral définie comme étant une disposition visant les consommateurs en vertu de l'article 2 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. Lorsqu'elle est prescrite par règlement, une infraction à une telle disposition constitue une violation.

Document déposé

Document dont une institution financière sous réglementation fédérale doit déposer copie à l'ACFC aux termes de la législation (Loi sur les banques, Loi sur les associations coopératives de crédit, Loi sur les sociétés d'assurances ou Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt).

Dossier

Dossier ouvert par la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC relativement à une question de conformité comme l'infraction à une disposition visant les consommateurs, un code de conduite ou un engagement public. La Direction se charge de l'examen et de l'évaluation des circonstances se rapportant à la question de conformité.

9. Sanctions administratives pécuniaires

Le commissaire de l'ACFC peut dresser des procès-verbaux de violation et imposer des sanctions administratives lorsqu'il est d'avis qu'il y a eu violation des dispositions visant les consommateurs ou non-respect d'une entente de conformité conclue en vertu d'une loi énumérée à l'annexe 1 de la Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada. La sanction peut représenter jusqu'à 50 000 \$ pour un particulier et 100 000 \$ pour une institution.

Les sanctions imposées par l'ACFC ne constituent pas des produits disponibles et doivent être versées au Trésor. Les fonds ne sont pas à la disposition de l'ACFC et ne figurent pas dans le solde des liquidités disponibles. En conséquence, elles n'ont aucun effet de réduction sur le montant que l'ACFC impose à l'industrie pour financer ses coûts d'exploitation.

L'ACFC a perçu 17 000 \$ (somme nulle en 2003) de sanctions administratives pécuniaires pendant l'exercice 2003-2004.

10. Crédit parlementaire

Pendant l'exercice 2003-2004, l'ACFC a reçu un crédit ponctuel de 36 000 \$ (aucun en 2003) pour financer des activités liées à l'initiative de la fonction moderne de contrôleur du gouvernement.

financer des activités liées à l'initiative de la fonction moderne de contrôle du gouvernement.

En outre, l'ACFC effectue des opérations avec d'autres entités du gouvernement dans le cours normal de ses activités et selon les conditions commerciales usuelles qui s'appliquent à tous les particuliers et à toutes les entreprises. Le tableau qui suit résume l'incidence des opérations importantes entre entités apparentées de l'Agence pour l'exercice sur les charges totales. Ces opérations sont mesurées d'après la valeur d'échange, c'est-à-dire la contrepartie établie et convenue par les entités apparentées.

Charges

| 2004 | 2003 |
|--|------------|
| Conseil du Trésor — Avantages sociaux | 507 813 \$ |
| TPSGC — Locaux | 458 803 \$ |
| TPSGC — Gestion et technologie de l'information | 350 562 \$ |
| SADC — Services professionnels (gestion du centre d'appels) | 259 369 \$ |
| Ministère des Finances — Intérêt sur emprunts auprès du Trésor | 125 947 \$ |
| TPSGC — Services de traduction | 123 245 \$ |
| BSIF — Services professionnels (services financiers) | 110 008 \$ |
| BSIF — Services professionnels (services en ressources humaines) | 92 525 \$ |
| | 98 232 \$ |

À la fin de l'exercice, les montants dus aux (par les) entités apparentées susmentionnées sont les suivants :

Créditeurs/débiteurs

| 2004 | 2003 |
|--|-------------|
| TPSGC — Gestion et technologie de l'information | (60 438) \$ |
| SADC — Services professionnels (gestion du centre d'appels) | 70 726 \$ |
| Conseil du Trésor — Avantages sociaux | 62 117 \$ |
| Ministère des Finances — Intérêt à payer | 3 462 \$ |
| TPSGC — Services de traduction | 5 279 \$ |
| BSIF — Services professionnels (services en ressources humaines) | — \$ |
| BSIF — Services professionnels (services financiers) | — \$ |
| | 8 820 \$ |

8. Engagements

Le tableau qui suit fait état des engagements contractuels découlant des conventions de services conclues par l'Agence avec divers ministères et une société d'État pour obtenir des services importants, ainsi que des paiements minimaux exigibles d'ici l'échéance du bail contracté par l'Agence pour ses locaux à bureaux.

| Exercice se terminant le 31 mars | Conventions de services | Location-exploitation | Total |
|----------------------------------|-------------------------|-----------------------|------------|
| 2005 | 123 464 \$ | 291 347 \$ | 414 811 \$ |
| 2006 | 100 465 | 291 347 | 391 812 |
| 2007 | 105 489 | — | 105 489 |
| Total | 329 418 \$ | 582 694 \$ | 912 112 \$ |

4. Avantages sociaux

Les cotisations patronales versées au Régime de pensions de retraite de la fonction publique sont estimées à 324 052 \$ pour l'exercice (2003 — 259 631 \$).

5. Immobilisations

| Catégorie | Valeurs brutes comptables | | | Amortissement cumulé | | | Valeurs nettes comptables | | |
|-------------------------|---------------------------|------------------|-------------------|----------------------|-------------------|-------------------|---------------------------|-------------------|--|
| | Solde | d'ouverture | Ajouts | Solde | Charge | Solde de | 2004 | 2003 | |
| Améliorations locatives | 375 810 \$ | 7 033 \$ | 382 843 \$ | 116 227 \$ | 87 053 \$ | 203 280 \$ | 179 563 \$ | 259 583 \$ | |
| Mobilier et accessoires | 392 884 | 40 550 | 433 434 | 74 084 | 56 615 | 130 699 | 302 735 | 318 800 | |
| Matériel de bureau | 36 845 | 14 817 | 51 662 | 10 409 | 10 146 | 20 555 | 31 107 | 26 436 | |
| Matériel informatique | 7 650 | 2 993 | 10 643 | 3 612 | 2 716 | 6 328 | 4 315 | 4 038 | |
| Logiciels | 79 974 | — | 79 974 | 5 464 | 15 995 | 21 459 | 58 515 | 74 510 | |
| Total | 893 163 \$ | 65 393 \$ | 958 556 \$ | 209 796 \$ | 172 525 \$ | 382 321 \$ | 576 235 \$ | 683 367 \$ | |

6. Emprunt

L'ACFC finance ses activités courantes au moyen de fonds provenant du Trésor. Au 31 mars 2004, les conditions de l'accord de prêt étaient les suivantes, comparativement à l'exercice antérieur :

| | | |
|-----------------|-----------------|--------------------------|
| Principal | 1 500 000 \$ | (2003 — 1 350 000 \$) |
| Date d'échéance | 23 février 2005 | (2003 — 21 février 2004) |
| Taux d'intérêt | 2,25 % | (2003 — 3,38 %) |

L'intérêt est exigible à la date d'échéance et il est comptabilisé au titre des créditeurs et charges à payer.

7. Opérations entre entités apparentées

L'ACFC est liée par propriété commune à tous les ministères, organismes et sociétés d'État du gouvernement du Canada. L'Agence a conclu des conventions de services avec plusieurs ministères et une société d'État pour obtenir des services importants dont elle et son personnel ont besoin pour remplir son mandat. À l'heure actuelle, l'ACFC travaille avec les entités suivantes :

- Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (TPSGC);
- Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC);
- Bureau du surintendant des institutions financières (BSIF).

Pour les exercices au cours desquels aucun examen actuariel n'est effectué, la direction prépare une estimation du passif au titre des avantages sociaux futurs à la clôture des comptes en se fondant sur le dernier rapport actuariel et les renseignements courants concernant les employés.

d) Liquidités disponibles

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada ne dépose pas les encaissements dans son propre compte bancaire et ne tire pas de chèques sur celui-ci. Les opérations financières de l'Agence passent par le Trésor, un service bancaire administré par le receveur général du Canada. Les liquidités disponibles de l'ACFC représentent le montant que l'Agence a le droit de retirer du Trésor sans autre autorisation. Ce montant ne produit pas d'intérêts.

e) Cotisations à recevoir

Les cotisations à recevoir sont inscrites selon les montants devant être réalisés ultérieurement et elles représentent une créance de Sa Majesté.

f) Immobilisations

Toutes les immobilisations sont comptabilisées initialement au coût d'acquisition. L'amortissement des immobilisations est calculé selon une méthode linéaire et étalé sur la durée de vie utile estimative des éléments d'actif, de la façon suivante :

| Catégorie d'immobilisations | | <p> <i>Période d'amortissement</i> </p> |
|-----------------------------|---|---|
| Matériel de bureau | 4 ans | |
| Mobilier et accessoires | 7 ans | |
| Matériel informatique | 3 ans | |
| Logiciels | 5 ans | |
| Améliorations locatives | moindre de la durée de vie utile ou de la durée du bail | |

3. Incertitude relative à la mesure

La préparation des états financiers exige que la direction établisse des estimations et formule des hypothèses ayant une incidence sur les montants déclarés des actifs, des passifs, des produits et des charges indiqués dans les états financiers. Au moment de la préparation de ces états financiers, la direction considèrerait que les estimations et les hypothèses étaient raisonnables. L'élément le plus important pour lequel on utilise des estimations et des hypothèses est la provision de l'Agence pour les avantages sociaux futurs. Cet élément de passif a été déterminé par calcul actuariel pour l'exercice terminé le 31 mars 2004 et estimé par la direction pour l'exercice terminé le 31 mars 2003.

2. Résumé des principales conventions comptables

a) Présentation

Les présents états financiers ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. L'Agence est tributaire des cotisations des institutions financières pour financer le coût de son exploitation, y compris le coût des avantages sociaux futurs.

b) Comptabilisation des produits

L'ACFC rapproche ses produits des coûts d'exploitation. Les cotisations qui ont été facturées, et au regard desquelles aucun coût n'a été engagé, sont inscrites au titre de passif à court terme (produits reportés) sur l'état de la situation financière.

Les cotisations sont facturées chaque année d'après une estimation des coûts d'exploitation de l'exercice en cours tout en tenant compte des coûts cotisés pour l'exercice précédent par rapport aux coûts réels engagés. Cette évaluation se déroule avant le 31 décembre de chaque année conformément au paragraphe 18(1) de la Loi. Par conséquent, au 31 mars de chaque année, les montants peuvent avoir été perçus avant l'engagement des coûts ou, autrement, les fonds peuvent être dus à l'Agence pour financer ses coûts d'exploitation.

c) Avantages sociaux futurs

i) Prestations de retraite

Les employés admissibles de l'ACFC cotisent au Régime de pensions de retraite de la fonction publique (le Régime) géré par le gouvernement du Canada. Tant les employés que l'ACFC cotisent au Régime. Le montant de la cotisation de l'Agence est actuellement fondé sur un multiple des cotisations que doivent verser les employés et il peut changer au fil du temps en fonction de l'évolution du Régime. Les cotisations représentent le total des engagements contractuels au titre du régime de pension de l'Agence et elles sont imputées aux comptes de l'exercice. En vertu des dispositions législatives en vigueur, l'ACFC n'est pas tenue de verser des cotisations pour combler le déficit actuariel du Régime.

ii) Prestations de cessation d'emploi

Dans le cadre d'un régime de prestations de cessation d'emploi, lorsque leur emploi prend fin, les employés ont droit à certaines prestations conformément à leurs conditions d'emploi. Le coût des prestations est régulièrement établi par calcul actuariel et il s'accumule au fur et à mesure que les employés rendent les services ouvrant droit aux prestations de cessation d'emploi.

Le coût des prestations de cessation d'emploi est établi par calcul actuariel à l'aide de la méthode de répartition des prestations au prorata des services. L'évaluation du passif est fondée sur un taux d'actualisation courant et d'autres hypothèses actuarielles qui représentent les meilleures estimations à long terme de la direction concernant des facteurs comme les futures augmentations salariales et le taux de démission des employés.

1. Mandat et objectifs

Le 24 octobre 2001, la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* (la *Loi*) est entrée en vigueur, constituant l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (l'ACFC ou l'Agence). L'Agence de la consommation en matière financière du Canada est chargée de renforcer la surveillance des mesures de protection des consommateurs dans le secteur des services financiers sous réglementation fédérale et de diversifier les activités d'éducation des consommateurs. Elle est un ministère du gouvernement du Canada et, à ce titre, elle figure à l'annexe I.I de la *Loi sur la gestion des finances publiques*.

Le mandat de l'ACFC est énoncé dans la *Loi sur l'Agence de la consommation en matière financière du Canada* et consiste en ce qui suit :

- a. **superviser** les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- b. **inciter** les institutions financières à se doter de politiques et de procédures pour mettre en œuvre les dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables;
- c. **surveiller** la mise en œuvre de codes de conduite volontaires accessibles au public qui sont adoptés par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients et surveiller les engagements publics pris par les institutions financières en vue de protéger les intérêts de leurs clients;
- d. **sensibiliser** les consommateurs aux obligations applicables aux institutions financières assujetties aux dispositions visant les consommateurs;
- e. **favoriser**, en collaboration avec les ministères, sociétés mandataires ou organismes fédéraux ou provinciaux, les institutions financières et les organisations de consommateurs ou autres, la compréhension des services financiers et des questions qui s'y rapportent.

Le paragraphe 18(3) de la *Loi* prévoit que l'industrie finance le coût d'exploitation de l'Agence au moyen de cotisations. Les activités de l'ACFC sont en règle générale financées de cette façon. Les produits que l'ACFC tire des cotisations sont exigés conformément au *Règlement sur les cotisations des institutions financières* (*Agence de la consommation en matière financière du Canada*), qui énonce la méthode qui sert à déterminer la cotisation de chaque institution. L'Agence gère ses besoins en fonds de roulement en empruntant des fonds du gouvernement du Canada conformément à l'autorisation donnée au paragraphe 13(1) de la *Loi*.

État des flux de trésorerie

Pour l'exercice terminé le 31 mars

2004 2003

ACTIVITÉS D'EXPLOITATION

| | | |
|---|-----------|---------|
| Résultats d'exploitation nets | 17 000 \$ | \$ — |
| Postes hors caisse compris dans les résultats d'exploitation nets | | |
| Amortissement des immobilisations (note 5) | 172 525 | 151 328 |
| Avantages sociaux futurs accumulés | (22 172) | 16 994 |

Variations du fonds de roulement

| | | |
|---|-----------|-------------|
| (Augmentation) / Diminution — Cotisations à recevoir | (102 575) | 6 801 115 |
| (Augmentation) — Autres éléments d'actifs | (11 142) | (50 195) |
| (Augmentation) — Autres éléments d'actifs à court terme | (116) | (1 625) |
| (Diminution) — Crédoiteurs et charges à payer | (142 523) | (568 759) |
| (Diminution) — Produits reportés | (25 942) | (3 040 537) |
| Sanctions administratives pécuniaires versées au Trésor | (17 000) | — |
| Flux de trésorerie liés aux activités d'exploitation | (131 945) | 3 308 321 |

ACTIVITÉS D'INVESTISSEMENT

| | | |
|--|----------|-----------|
| Acquisition d'immobilisations (note 5) | (65 393) | (115 607) |
| Flux de trésorerie liés aux activités d'investissement | (65 393) | (115 607) |

ACTIVITÉS DE FINANCEMENT

| | | |
|--|-------------|-------------|
| Nouveaux emprunts pendant l'exercice | 6 000 000 | 1 350 000 |
| Remboursements pendant l'exercice | (5 850 000) | (7 000 000) |
| Flux de trésorerie liés aux activités de financement | 150 000 | (5 650 000) |

LIQUIDITÉS DISPONIBLES

| | | |
|--|--------------|--------------|
| (Diminution) des liquidités disponibles pendant l'exercice | (47 338) | (2 457 286) |
| Liquidités disponibles au début de l'exercice | 2 050 040 | 4 507 326 |
| Liquidités disponibles à la fin de l'exercice | 2 002 702 \$ | 2 050 040 \$ |

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

État des résultats et de l'avoir du Canada

Pour l'exercice terminé le 31 mars

2004 2003

PRODUITS

| | | |
|---------------------------|------------------|------------------|
| Cotisations | 6 176 587 \$ | 5 382 358 \$ |
| Autres produits | 985 | 1 094 |
| Total des produits | 6 177 572 | 5 383 452 |

CHARGES

| | | |
|--|------------------|------------------|
| Salaires et avantages sociaux (note 4) | 3 365 851 | 2 848 840 |
| Services professionnels (note 7) | 1 083 708 | 835 886 |
| Locaux (notes 7 et 8) | 652 047 | 616 611 |
| Autres | 467 683 | 262 976 |
| Gestion et technologie de l'information (note 7) | 424 478 | 611 526 |
| Intérêt | 126 017 | 101 950 |
| Déplacements | 115 960 | 88 669 |
| Avantages sociaux futurs | (22 172) | 16 994 |
| Total des charges | 6 213 572 | 5 383 452 |

Résultats d'exploitation avant les sanctions administratives

(36 000)

pécuniaires et le financement public

—

Sanctions administratives pécuniaires (note 9)

17 000

Credit parlementaire — Fonction moderne de contrôleur (note 10)

36 000

Résultats d'exploitation nets

17 000

AVOIR DU CANADA AU DÉBUT DE L'EXERCICE

—

Sanctions administratives pécuniaires comptabilisées

(17 000)

pour le compte du gouvernement

—

AVOIR DU CANADA À LA FIN DE L'EXERCICE

— \$

— \$

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.

État de la situation financière

Au 31 mars

2004 2003

ACTIFS

| À court terme | | |
|-----------------------------|---------------------|---------------------|
| Liquidités disponibles | 2 002 702 \$ | 2 050 040 \$ |
| Cotisations à recevoir | 130 569 | 27 994 |
| Autres actifs à court terme | 1 741 | 1 625 |
| Autres éléments d'actifs | 92 713 | 81 571 |
| Immobilisations (note 5) | 576 235 | 683 367 |
| Total des actifs | 2 803 960 \$ | 2 844 597 \$ |

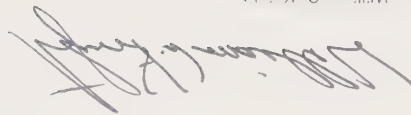
PASSIFS

| À court terme | | |
|--|---------------------|---------------------|
| Créditeurs et charges à payer (notes 6 et 7) | 577 785 \$ | 720 308 \$ |
| Produits reportés | 624 110 | 650 052 |
| Emprunt (note 6) | 1 500 000 | 1 350 000 |
| Avantages sociaux futurs | 102 065 | 124 237 |
| Total des passifs | 2 803 960 \$ | 2 844 597 \$ |
| Avoir du Canada | — | — |
| TOTAL DES PASSIFS ET DE L'AVOIR DU CANADA | 2 803 960 \$ | 2 844 597 \$ |

Engagements (note 8)

Approuvé par :

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,



William G. Knight

Les notes complémentaires font partie intégrante des présents états financiers.



Auditor General of Canada
Verificatrice générale du Canada

RAPPORT DU VÉRIFICATEUR

Au ministre des Finances

J'ai vérifié l'état de la situation financière de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada au 31 mars 2004 et les états des résultats et de l'avoir du Canada et des flux de trésorerie de l'exercice terminé à cette date. La responsabilité de ces états financiers incombe à la direction de l'Agence. Ma responsabilité consiste à exprimer une opinion sur ces états financiers en me fondant sur ma vérification.

Ma vérification a été effectuée conformément aux normes de vérification généralement reconnues du Canada. Ces normes exigent que la vérification soit planifiée et exécutée de manière à fournir l'assurance raisonnable que les états financiers sont exempts d'inexactitudes importantes. La vérification comprend le contrôle par sondages des éléments probants à l'appui des montants et des autres éléments d'information fournis dans les états financiers. Elle comprend également l'évaluation des principes comptables suivis et des estimations importantes faites par la direction, ainsi qu'une appréciation de la présentation d'ensemble des états financiers.

À mon avis, ces états financiers donnent, à tous les égards importants, une image fidèle de la situation financière de l'Agence au 31 mars 2004 ainsi que des résultats de son exploitation et de ses flux de trésorerie pour l'exercice terminé à cette date selon les principes comptables généralement reconnus du Canada.

Pour la vérificatrice générale du Canada

John Rossetti, CA
directeur principal

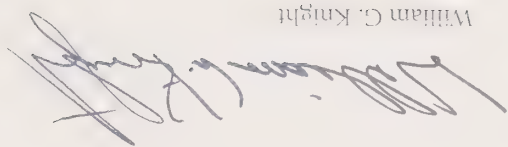
Ottawa, Canada
Le 28 mai 2004

Responsabilité de la direction à l'égard des états financiers

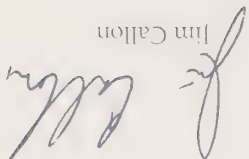
La direction de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est responsable de l'intégrité et de l'objectivité des états financiers ci-joints et de la compatibilité avec toutes les autres données contenues dans le présent rapport annuel.

Ces états financiers, qui contiennent des montants établis d'après les meilleures estimations de la direction, déterminées par l'expérience et le jugement, ont été préparés conformément aux principes comptables généralement reconnus du Canada. La direction a élaboré et tenu à jour des livres comptables, des registres, des contrôles internes, des pratiques de gestion et des systèmes d'information conçus pour offrir l'assurance raisonnable que les actifs sont protégés et contrôlés, que les ressources sont gérées de façon économique et efficiente aux fins de l'atteinte des objectifs de l'organisation, et que les opérations sont menées conformément à la *Loi sur la gestion des finances publiques* et aux règlements connexes, ainsi qu'aux politiques et aux obligations légales de l'ACFC. La vérificatrice générale du Canada, qui effectue des vérifications impartiales pour le compte du gouvernement du Canada, a vérifié les opérations et les états financiers de l'ACFC, et elle rend compte de sa vérification au ministre des Finances.

Le commissaire de
l'Agence de la consommation en
matière financière du Canada,



William C. Knight



Jim Callon

Le commissaire adjoint de
l'Agence de la consommation en
matière financière du Canada,

Ottawa, Canada
Le 28 mai 2004

L'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) est financée par les cotisations versées par les institutions financières fédérales. Les banques couvrent plus de 90 p. 100 des coûts de l'ACFC, car la plupart des dispositions visant les consommateurs dont l'ACFC veille à assurer le respect s'appliquent à ces institutions.

Le présent rapport fait état de la deuxième année d'activités complètes de l'ACFC. Le budget pour 2003-2004 avait été établi initialement à 7,3 millions de dollars, mais les dépenses se sont chiffrées globalement à 6,2 millions de dollars. L'exercice précédent, elles avaient totalisé 5,4 millions de dollars.

À mesure que nous progressons dans la mise en place des programmes de l'Agence, nous suivons les dépenses de près, et celles-ci demeurent toujours inférieures aux chiffres budgétisés. Cela résulte d'une approche prudente en matière de gestion financière ainsi que de notre capacité à recourir à des partenariats pour partager ou économiser les coûts de fonctionnement.

En 2003-2004, la charge de travail de l'ACFC a connu une augmentation marquée sur les plans de la

conformité, de la correspondance et de la liaison externe. Nous avons donc accru notre effectif de cinq équivalents temps plein (ETP). Nous comptons désormais 35 ETP, soit 2 de plus que prévu dans le plan d'activités 2003-2004. Ces ressources

additionnelles s'imposaient pour répondre à la demande plus élevée que prévu des Canadiens à l'égard de nos services.

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a eu besoin de ressources plus importantes qu'elle ne s'y attendait pour effectuer et mener à bonne fin plusieurs vérifications et examens concernant l'industrie. Ils portaient notamment sur les cartes de crédit, les prêts hypothécaires, le suivi des constatations tirées de l'évaluation mystère et la mise en œuvre du cadre de conformité. Le travail occasionné par ces activités s'est ajouté à un volume de cas en nette croissance au chapitre des plaintes. Le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base, qui est entré en

vigueur en septembre 2003, donne lieu à un nombre de cas de conformité supérieur aux attentes; un agent de conformité et un agent de soutien ont donc été embauchés pour nous aider à accomplir le travail. Un agent statistique s'est joint à l'équipe de la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques. Dans le cadre de ses fonctions, il répond à la demande interne et externe concernant les analyses et les rapports relatifs aux tendances en matière de consommation et de conformité. Deux ETP ont été recrutés pour absorber le volume de travail accru occasionné par la correspondance avec les consommateurs et pour renforcer nos efforts de liaison externe. Suite à un changement apporté à sa stratégie de gestion, l'ACFC a décidé d'accroître sa capacité de liaison externe pour mieux cibler ses initiatives plutôt que de rehausser son profil au moyen de la publicité payante dans les médias.

Compte tenu des questions qui ont surgi pendant l'année écoulée, nous prévoyons encore que l'Agence devra effectuer des dépenses annuelles de l'ordre de 7 à 8 millions de dollars. Cela lui permettra de financer un programme modeste mais complet d'activités à l'appui de son mandat, qui comprend la protection et l'éducation des consommateurs à l'échelle du Canada. Parallèlement, nous continuons à réaliser des économies au chapitre opérationnel au moyen d'accords de services communs avec le Bureau du surintendant des institutions financières (pour la gestion des ressources humaines et financières), la Société d'assurance-dépôts du Canada (pour un centre d'appels conjoint) et Travaux publics et Services gouvernementaux Canada (pour du soutien informatique clés en main). Nous établissons en outre des partenariats qui appuient nos initiatives de liaison externe et offrent des possibilités de partage des coûts. Nous nous efforçons de mettre en œuvre un programme efficace qui répond aux attentes du Parlement et des consommateurs canadiens, tout en demeurant déterminés à faire une utilisation efficace des ressources allouées à l'Agence.

États financiers



Liste des figures et schémas

| N ^o | Titre | Page |
|----------------|-------|------|
|----------------|-------|------|

Figures

| | | |
|----|--|-------|
| 1 | Distribution des publications de l'ACFC | 10 |
| 2 | Utilisation du site Web de l'ACFC | 12 |
| 3 | Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement | 12 |
| 4 | Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2003-2004 | 21 |
| 5 | Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2003-2004 | 25 |
| 6 | Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type, 2003-2004 | 26 |
| 7 | Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière fédérale, 2003-2004 | 26 |
| 8 | Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon le lieu, 2003-2004 | 27 |
| 9 | Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon la catégorie, 2003-2004 | 28 |
| 10 | Demandes de renseignements reçues pour des questions autres que la conformité, selon le type | 28 |
| 11 | Plaintes à l'exception de celles relatives aux questions de conformité, selon le sujet | 29 |
| 12 | Nombre total de communications reçues à propos de la conformité, selon la catégorie | 29 |
| 13 | Questions de conformité relatives aux dispositions visant les consommateurs, aux codes de conduite et aux engagements publics, 2003-2004 | 30-32 |
| 14 | Dossiers fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite et aux engagements publics, selon le type de disposition, 2003-2004 | 32 |
| 15 | Questions relatives aux fermetures de succursales | 33 |
| 16 | Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2003-2004 | 33-34 |
| 17 | Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs, 2003-2004 | 41 |
| 18 | Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité | 42 |
| 19 | Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité | 43 |
| 20 | Impression générale des consommateurs au sujet de la publication <i>Les cartes de crédit : à vous de choisir</i> , numéro de janvier 2004 | 44 |

Schémas

| | | |
|---|---|----|
| 1 | Processus de gestion des cas de conformité de l'ACFC | 36 |
| 2 | Cadre de gestion et de responsabilisation axé sur les résultats de l'ACFC | 40 |

Évaluation par les consommateurs de la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir*

En janvier 2004, nous avons invité les consommateurs à nous dire ce qu'ils pensaient de la nouvelle présentation de la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir*. Même s'il ne s'agissait pas d'un sondage exhaustif mené à grande échelle, il en est ressorti clairement que les consommateurs avaient

une opinion très positive de l'importance de la publication et que notre approche visant à répondre à leurs besoins donnait de bons résultats. Pour en savoir plus sur les constatations tirées de cette évaluation, voir la figure 20.

Figure 20 : Impression générale des consommateurs au sujet de la publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir*, numéro de janvier 2004

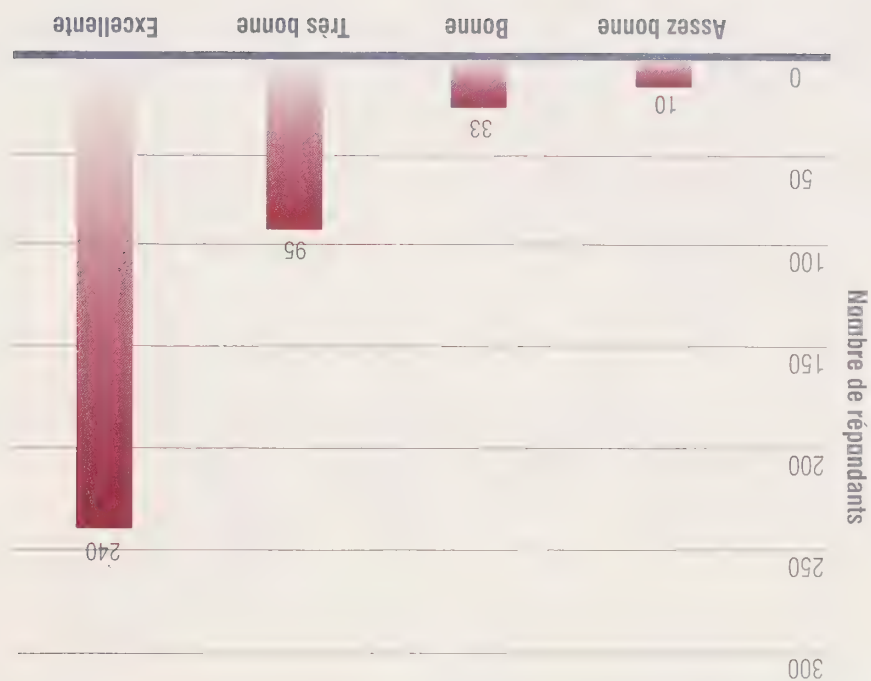
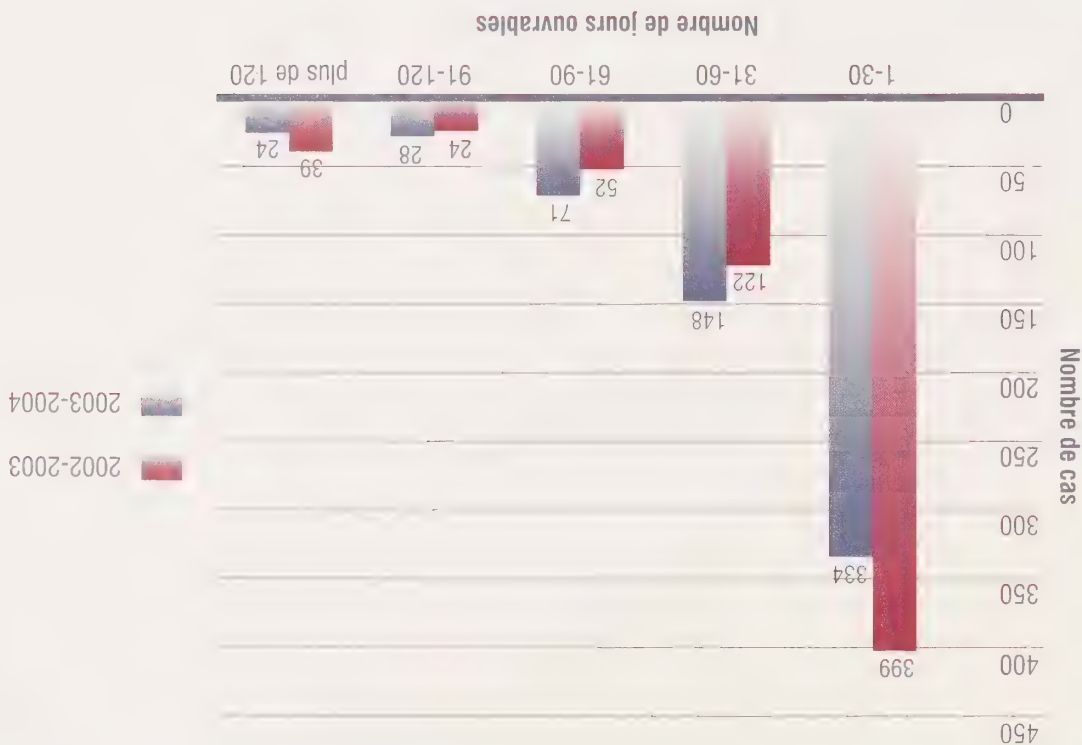


Figure 19 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à une question de conformité



Sondage mené sur la satisfaction des appelants

En décembre 2003, l'ACFC a retenu les services d'une firme indépendante spécialisée en recherches pour mener un sondage auprès des Canadiens qui avaient téléphoné au Centre de communications avec les consommateurs. Un peu plus de 600 consommateurs ont été interviewés. Dans l'ensemble, le niveau de satisfaction à l'égard du rôle joué par l'ACFC et envers son personnel était très élevé. Ce sondage, le premier du genre mené par l'ACFC, servira de point de repère pour évaluer les améliorations. L'ACFC a l'intention de mener un sondage tous les deux ans.

Résultats du sondage :

| | |
|------|--|
| 93 % | Répondants qui étaient d'avis que le gouvernement devait surveiller les institutions financières pour assurer la protection des consommateurs. |
| 88 % | Répondants qui étaient d'avis que le personnel de l'ACFC avec lequel ils s'étaient entretenus faisait très bien son travail. |
| 86 % | Répondants ayant déclaré qu'ils recommanderaient l'ACFC aux personnes ayant des questions concernant le secteur bancaire. |
| 80 % | Répondants qui étaient d'avis que le Centre était sensible à leurs besoins. |
| 75 % | Répondants qui étaient convaincus de l'exactitude de l'information qu'ils avaient reçue. |
| 72 % | Répondants qui étaient satisfaits du résultat de leur dernière communication avec l'ACFC. |
| 71 % | Répondants ayant déclaré que l'ACFC les avait dirigés vers l'organisme compétent. |
| 61 % | Répondants ayant déclaré qu'ils avaient trouvé facilement la façon de communiquer avec l'ACFC. |
| 46 % | Répondants ayant déclaré qu'ils savaient où aller pour obtenir le service dont ils avaient besoin. |

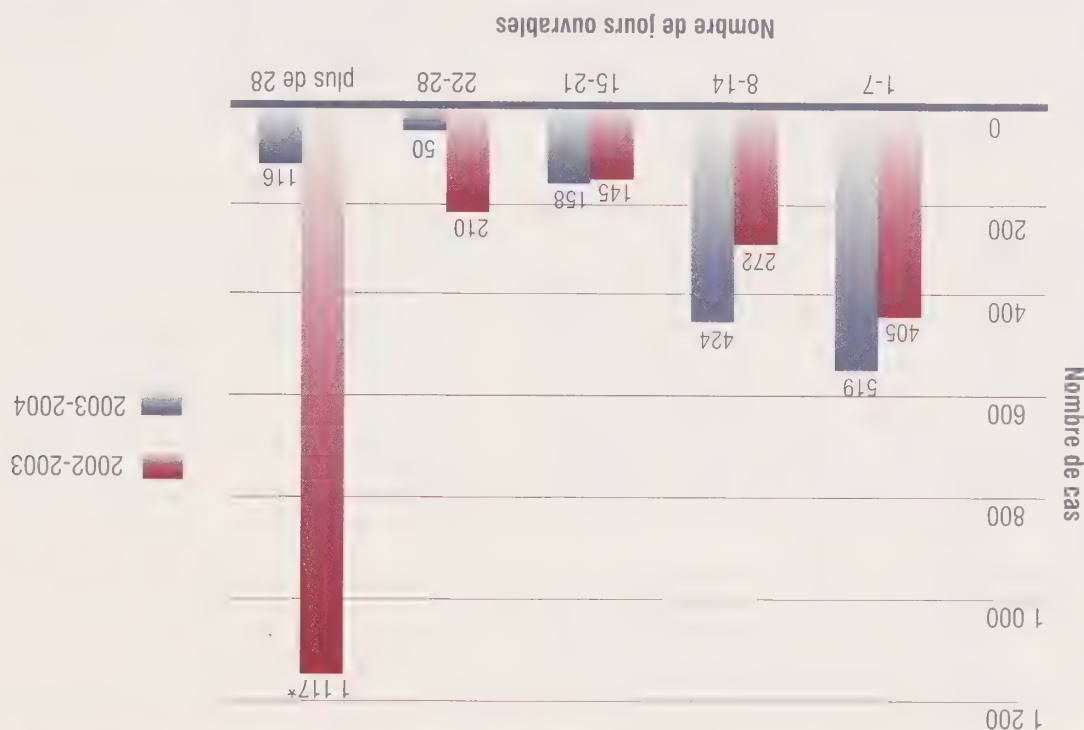
Unité de la correspondance

L'Unité de la correspondance est chargée de répondre aux courriels et aux lettres que les consommateurs adressent à l'ACFC. En 2003-2004, nous avons répondu à 74,5 p. 100 de l'ensemble des communications reçues, dans les 14 jours ouvrables suivant leur réception. Pour plus d'information, voir la figure 18.

Direction de la conformité et des relations avec l'industrie

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie traite les dossiers liés à la conformité le plus efficacement et rapidement possible. Comme le montre la figure 19 (à droite), plus de la moitié des dossiers (55 p. 100) ont été fermés 30 jours après avoir été ouverts. Près de 80 p. 100 des dossiers ont été fermés dans les 60 jours suivant leur ouverture.

Figure 18 : Temps nécessaire pour fermer un dossier ouvert après la réception d'une lettre ou d'un courriel, ou la visite d'un consommateur, pour des questions autres que la conformité



* L'ACFC a eu l'occasion de répondre à une pétition d'Option consommateurs. En conséquence, elle a reçu plus de 1 500 lettres en même temps. Il convient de noter que celles-ci n'étaient pas assujetties aux normes courantes de l'ACFC sur le temps de réponse.

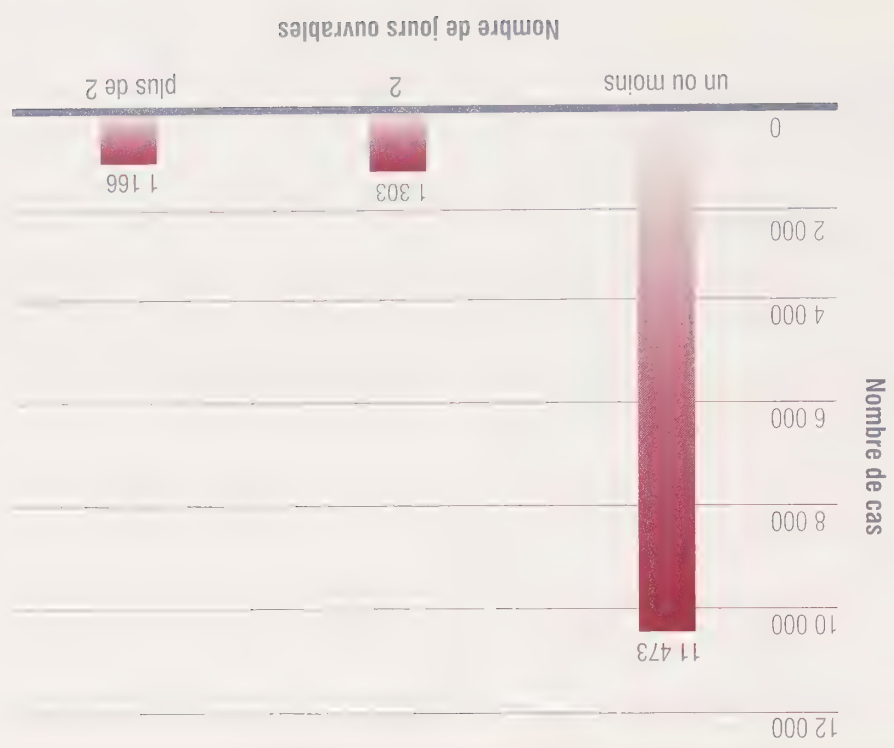
L'ACFC surveille son rendement interne pour s'assurer que ses procédures sont efficaces et efficaces, et lui permettent d'offrir le meilleur service possible aux Canadiens. Deux facteurs témoignent de l'importance croissante des activités menées par l'ACFC dans l'intérêt des consommateurs. Il s'agit d'une part de l'augmentation du nombre d'appels au Centre de communications avec les consommateurs, et d'autre part des constatations tirées de notre premier sondage auprès des appelants pour déterminer leur satisfaction, qui révèle que les consommateurs sont très contents de l'aide fournie par l'ACFC.

Rendement en matière de services aux consommateurs

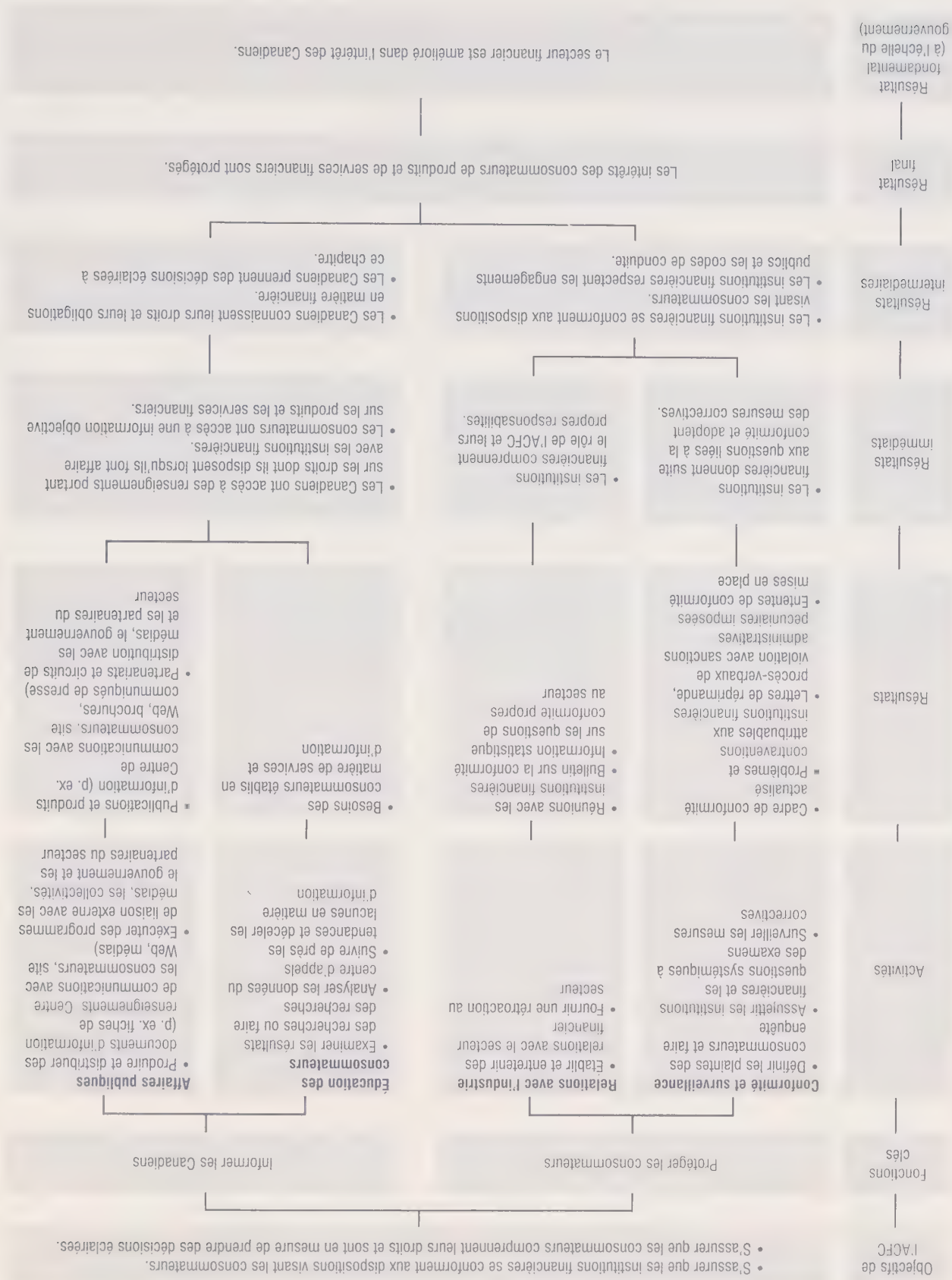
Centre de communications avec les consommateurs

En 2003-2004, le Centre de communications avec les consommateurs a reçu 15 471 appels, soit une hausse de 34 p. 100 par rapport à 2002-2003, année pour laquelle on avait enregistré 11 520 appels. La durée moyenne d'un appel a été d'environ trois minutes. Pour en savoir plus sur les statistiques compilées à ce chapitre, voir la figure 17.

Figure 17 : Temps nécessaire pour fermer un dossier relatif à un appel téléphonique reçu par le Centre de communications avec les consommateurs, 2003-2004



- S'assurer que les institutions financières se conforment aux dispositions visant les consommateurs.
- S'assurer que les consommateurs comprennent leurs droits et sont en mesure de prendre des décisions éclairées.



Les responsabilités de la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie sont les suivantes :

- faire enquête sur les plaintes relatives aux

dispositions visant les consommateurs relevant de l'une ou l'autre des lois que l'ACFC est chargée de faire respecter, et y donner suite;

- gérer l'application du cadre de conformité et

veiller à ce que les institutions financières sous réglementation fédérale s'y conforment;

- suivre de près le respect des codes de conduite

volontaires et des engagements publics visant à

- protéger les intérêts des consommateurs; surveiller les systèmes de suivi de l'ACFC en

- encourager les institutions financières à élaborer des politiques et des procédures aux fins de la

mise en œuvre de dispositions visant les

consommateurs qui leur sont applicables. Parmi les instruments de surveillance de la conformité dont dispose la Direction, mentionnons l'évaluation

mystère, les sondages auprès des consommateurs, l'analyse des plaintes et des demandes de renseignements, l'examen annuel et les examens

spéciaux de la situation des institutions financières fédérales, et les études effectuées par des tiers.

Pour veiller au respect des lois et des règlements, l'ACFC utilise des méthodes qui vont des mesures

administratives à l'imposition d'amendes, ou à la publication de la nature d'une violation, du nom de

son auteur et du montant de la sanction pécuniaire imposée. L'approche adoptée pour un cas donné

dépend de plusieurs facteurs, notamment la gravité et l'ampleur du problème, la nature de l'intention ou de

la négligence de l'auteur et les antécédents de l'institution financière en matière de conformité.

Pour remplir le mandat de l'ACFC visant le maintien d'étroites relations avec le secteur financier, des

membres de l'Agence rencontrent régulièrement des représentants des institutions financières. Certaines

réunions ont lieu tous les trimestres pour échanger de l'information sur des sujets d'intérêt commun, comme

les activités de surveillance, les questions liées à la

conformité à l'échelle du secteur et les points de vue du commissaire sur la conformité aux lois, aux

règlements, aux codes volontaires et aux engagements publics. Il va sans dire que l'objectif fondamental est

de protéger les consommateurs canadiens de produits et de services financiers, et de promouvoir la

conformité aux règlements. L'épine dorsale de cette nouvelle culture de la conformité est la collaboration

sans réserve des institutions financières.

Direction des services

administratifs

La Direction des services administratifs fournit à

l'ACFC des services dans les domaines suivants : ressources humaines, gestion financière, accès à

l'information et protection des renseignements personnels, gestion du matériel, gestion des

installations, gestion des documents, informatique, protection, santé et sécurité au travail, courrier

et messagerie. L'ACFC a conclu un marché avec le Bureau du

surintendant des institutions financières pour obtenir des services en matière de ressources humaines et

financières, et avec Travaux publics et Services gouvernementaux Canada pour des services en

matière de technologie et de communication.

Direction des services

juridiques

Le ministère fédéral de la Justice fournit des services

juridiques à l'ACFC. Un avocat-conseil de Justice Canada fait partie de la structure de gestion de

l'ACFC et relève directement du commissaire. L'avocat-conseil donne des avis sur tous les aspects

du mandat et des activités de l'ACFC.

- les ventes liées avec coercition;
- la divulgation des politiques sur la retenue des fonds sur les chèques;
- la communication de l'information aux consommateurs à propos de l'ACFC;
- l'établissement d'une procédure de traitement des plaintes;
- la divulgation du coût d'emprunt.

Les codes de conduite volontaires et les engagements publics sont mis en place par les institutions financières pour protéger les consommateurs. Ils portent sur des sujets comme les cartes de débit et les relations en matière de crédit avec les petites entreprises. L'ACFC suit de près le respect des codes et des engagements, en enquêtant sur les plaintes et en rendant publiques les constatations qu'elle tire. L'ACFC joue également un rôle préventif en veillant à ce que les dispositions des codes volontaires et des engagements publics soient mises en œuvre.

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC a pour tâche de surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles se conforment aux dispositions visant les consommateurs de la Loi sur les banques, de la Loi sur les sociétés de fiducie et de prêt, de la Loi sur les sociétés d'assurances et de la Loi sur les associations coopératives de crédit. La Direction s'occupe également de veiller au respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics des institutions financières et de leurs associations. Elle est aussi chargée de promouvoir une culture propice à la conformité au sein des institutions financières sous réglementation fédérale.

Les dispositions visant les consommateurs sont énumérées à l'annexe B (p. 62). Elles s'appliquent aux activités suivantes :

- l'ouverture de comptes de dépôt de détail;
- l'encaissement des chèques du gouvernement fédéral;
- la fermeture des succursales de détail;

Rôles et responsabilités opérationnels

Le commissaire

Le commissaire de l'ACFC est nommé pour une période pouvant aller jusqu'à cinq ans. William (Bill) G. Knight est le premier commissaire de l'Agence. Ses responsabilités comprennent les suivantes :

- déposer un rapport chaque année au Parlement par l'intermédiaire du ministre des Finances et rendre compte régulièrement au ministre des Finances des activités et des constatations de l'ACFC;
- gérer les activités de l'ACFC, notamment assumer la responsabilité de tous les aspects de la gestion des programmes, des finances, de l'administration et des ressources humaines;
- surveiller environ 420 institutions financières sous réglementation fédérale pour déterminer si elles se conforment aux dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables, de même qu'à leurs propres codes de conduite volontaires et engagements publics;
- élargir les initiatives lancées à l'échelle nationale en matière d'éducation pour définir les besoins des consommateurs sur le plan des connaissances financières, et y répondre.

Le commissaire est membre d'office du conseil d'administration de la Société d'assurance-dépôts du Canada (SADC) et siège au Comité de régie du conseil. Il fait aussi partie du Comité de surveillance des institutions financières, présidé par le surintendant des institutions financières. De plus, il est membre du Comité consultatif supérieur, présidé par le sous-ministre des Finances, et à ce titre, il

fournit des conseils sur les grandes questions de consommation et, ce faisant, apporte une importante contribution aux conseils stratégiques que le Comité fournit au ministre des Finances.

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

*La Loi sur l'Agence de la consommation en matière
financière du Canada exige que l'ACFC sensibilise les*

consommateurs aux obligations des institutions financières en vertu des dispositions législatives visant les consommateurs qui leur sont applicables et favorise leur compréhension des services financiers et des questions s'y rapportant. À cette fin, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques exerce les fonctions suivantes :

- préparer des documents d'information pour permettre aux consommateurs de mieux connaître les obligations législatives des institutions financières, ainsi que les produits et les services financiers;
- mener des travaux de recherche et des sondages; diffuser de l'information par l'intermédiaire des médias, du site Web de l'ACFC et des intervenants;
- assurer la liaison avec les groupes communautaires, les associations et d'autres intervenants;
- traiter la correspondance avec les consommateurs et exploiter un centre d'appels (conjointement avec la SADC).

Schéma 1 : Processus de gestion des cas de conformité de l'ACFC

Processus

Un dossier de conformité est ouvert dans les situations suivantes :

- un consommateur dépose une plainte auprès de l'ACFC;
- une institution financière signale volontairement une éventuelle question liée à la conformité;
- les activités de surveillance de l'ACFC, y compris celles qui suivent, révèlent une éventuelle préoccupation en matière de conformité :
- examens et enquêtes de l'Agence;
- sondages aux fins de l'évaluation mystère de l'ACFC;
- sondages auprès des consommateurs ou rapports médiatiques.

Le cas est confié à un agent de conformité de l'ACFC. L'agent amorce une enquête et demande des renseignements concrets au plaignant et/ou à l'institution financière.

Il est établi qu'il ne s'agit pas d'une question liée à la conformité. Aucune autre mesure n'est prise.

L'agent de conformité expose les faits et donne une analyse du cas dans un rapport. Il formule aussi une recommandation concernant la mesure de conformité que le commissaire devrait envisager. Une copie du rapport est envoyée à l'institution financière en vue d'obtenir ses commentaires.

Mesures de conformité :

- lettre de réprimande;
- entente de conformité;
- procès-verbal de violation, avec sanction;
- poursuites;
- injonction.

Le commissaire :

- examine le rapport de l'agent et les commentaires de l'institution financière;
- détermine, en se fondant sur des motifs raisonnables, s'il y a eu violation;
- dans l'affirmative, prend la mesure de conformité pertinente.

Donner suite aux préoccupations des Canadiens

La gestion des plaintes par l'ACFC

Lorsqu'un consommateur communique avec l'ACFC pour déposer une plainte, celle-ci est examinée pour déterminer la mesure dans laquelle elle relève de la compétence de l'Agence et se rapporte à une infraction éventuelle à la loi. Si des recherches doivent être faites, nous rappelons l'auteur de la plainte dans les 48 heures.

Lorsque nous avons cerné la situation exposée par le consommateur et déterminé s'il s'agit ou non d'une plainte relevant de notre compétence, nous informons le plaignant des choix qui s'offrent à lui. Si la plainte est liée à une éventuelle violation de la loi, un agent

de conformité de l'ACFC communique avec l'institution financière du consommateur pour discuter de la plainte. S'il est recommandé de poursuivre la démarche, un agent peut demander à l'auteur de la plainte et à l'institution financière de lui fournir par écrit des renseignements concrets. Le consommateur est également informé de la procédure de traitement des plaintes de l'institution. Lorsque la plainte ne relève pas de notre mandat, nous dirigeons le plaignant vers l'organisation la mieux placée pour l'aider.

Figure 16 (suite)

Nombre total de dossiers fermés

Non-violation

Violation(s)

Retrait

Acceptation

Refus en 2003-2004

| Comptes (suite) | | | | | |
|--|----|---|--|--|--|
| Refus d'ouvrir un compte — Généralités | 22 | 1 | | | |
| Refus d'ouvrir un compte — Faillite | 4 | | | | |
| Refus d'ouvrir un compte — Antécédents en matière de crédit | 15 | | | | |
| Refus d'ouvrir un compte — Pas de pièce d'identité valable | 11 | | | | |
| Fermetures de succursales | | | | | |
| Préavis requis | 7 | | | | |
| Demandes visant la tenue de réunions publiques | | | | | |
| Demandes visant la modification des exigences de préavis | | | | | |
| Encaissement des chèques du gouvernement fédéral | | | | | |
| Frais d'encaissement | 1 | | | | |
| Refus d'encaisser | 1 | | | | |
| Coût d'emprunt — Généralités | | | | | |
| 12 | | | | | |
| Cartes de crédit | | | | | |
| Divulgaration en un langage simple | 1 | | | | |
| Divulgaration du taux d'intérêt annuel | 2 | | | | |
| Divulgaration des changements apportés au coût d'emprunt | 17 | | | | |
| Divulgaration du coût d'emprunt, du taux d'intérêt et des frais ¹ | 27 | | | | |
| Divulgaration de l'information requise sur les formulaires | 6 | | | | |
| de demande de carte de crédit | | | | | |
| Divulgaration de l'information requise sur les relevés mensuels | 18 | | | | |
| Divulgaration concernant les services facultatifs | 29 | | | | |
| Généralités | 25 | | | | |
| Remise de relevés mensuels | 8 | | | | |
| Remboursements interdits avant la date d'échéance | 1 | | | | |
| Solde minimum requis pour les cartes de crédit | 1 | | | | |
| Divulgaration des frais | | | | | |
| 21 | | | | | |
| Divulgaration des taux d'intérêt — Généralités | | | | | |
| 3 | | | | | |
| Divulgaration des taux d'intérêt dans la publicité | | | | | |
| 3 | | | | | |
| Retenues sur les chèques déposés | | | | | |
| 25 | | | | | |
| Dépôts indexés | | | | | |
| 1 | | | | | |
| Prêts | | | | | |
| Divulgaration en un langage simple | 2 | | | | |
| Divulgaration concernant les services facultatifs | 15 | | | | |
| Généralités | 15 | | | | |
| Avis de changement ou de modification de l'accord | 10 | | | | |
| de prêt ou du coût d'emprunt | | | | | |
| Obligation de divulguer le coût d'emprunt sous forme | 1 | | | | |
| de taux annuel | | | | | |
| Obligation de divulguer le coût d'emprunt dans la publicité | 1 | | | | |
| Obligation de divulguer le coût d'emprunt lorsque le prêt est accordé | 17 | | | | |
| Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque | 4 | | | | |
| Obligation de fournir de l'information sur le remboursement des prêts, les rabais et les frais | 13 | | | | |
| Ventées liées | | | | | |
| Ventées liées avec coercition | 12 | | | | |
| Défaut d'afficher les déclarations sur les ventes liées | 3 | | | | |
| AUX DISPOSITIONS VISANT LES CONSOMMATEURS ² | | | | | |
| 483 | | | | | |
| 20 | | | | | |
| 111 | | | | | |
| 34 | | | | | |
| 11 | | | | | |
| 659 | | | | | |

1 Un cas fait actuellement l'objet d'un appel devant la cour fédérale.
 2 Les 20 cas sont à l'origine de 39 violations (voir également la figure 4, p. 21).

Figure 15 : Questions relatives aux fermetures de succursales

| | 2002-2003 | 2003-2004 |
|--|------------------|-----------|
| Préavis de fermeture de succursales déposés par les institutions financières | 302 ¹ | 371 |
| Plaintes reçues relativement aux fermetures de succursales ² | 213 | 258 |
| Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales | 3 | 4 |
| Accordées ³ | 3 | 4 |
| Refusées | 0 | 3 |
| En suspens | 3 | 0 |
| Reçues | 4 | 6 |
| Demandes visant la tenue de réunions publiques à propos des fermetures de succursales ⁴ | 7 | 4 |
| Demandes en suspens | 7 | 4 |
| Demandes reçues | 133 | 40 |
| Demandes retirées | 0 | 6 |
| Nombre de fermetures de succursales pour lesquelles des demandes visant la tenue d'une réunion ont été reçues, accordées ou refusées | 23 | 18 |
| Nombre de succursales ayant fait l'objet d'une demande visant la tenue d'une réunion ⁵ | 23 | 18 |
| Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire n'a pas exigé la tenue d'une réunion ⁶ | 11 | 5 |
| Nombre de succursales pour lesquelles le commissaire a exigé la tenue d'une réunion | 5 | 10 |

1. Nombre total de préavis de fermeture de succursales déposés, y compris pour les succursales non visées par la définition prescrite par règlement, ainsi que les demandes visant à modifier le préavis requis.
2. Il s'agit de plaintes se rapportant aux fermetures de succursales; les auteurs des plaintes ne demandaient pas la tenue d'une réunion.
3. Le commissaire a accepté la demande de l'institution financière visant à modifier les exigences de préavis de fermeture de succursales.
4. Dans certains cas, il s'agissait de demandes multiples se rapportant à la même succursale.
5. L'ACFC reçoit souvent des demandes multiples pour une seule fermeture de succursale; un dossier est créé pour chaque demande. Au cours des exercices précédents, le dossier primaire demeurait actif jusqu'à ce que la décision du commissaire concernant la demande visant la tenue d'une réunion soit reçue. Les dossiers ouverts après la réception de demandes ultérieures, le cas échéant, étaient fermés peu de temps après la réception de celles-ci. Conformément aux lignes directrices actualisées sur le traitement des cas, tous les dossiers ouverts relativement à des demandes visant la tenue d'une réunion demeurent actifs jusqu'à ce que la décision du commissaire soit reçue.
6. Il est fréquent que les institutions décident de leur plein gré de tenir une réunion publique, sans que le commissaire les y oblige officiellement.

La figure 15 (ci-dessus) présente la façon dont l'ACFC a traité les plaintes portant sur les fermetures de succursales en 2002-2003 et en 2003-2004. Dans dix cas, le commissaire a exigé la tenue d'une réunion entre les représentants de la banque, des membres de l'ACFC et tout autre intéressé afin que les fermetures fassent l'objet de discussions plus approfondies.

En tout, on a enregistré 20 cas qui étaient à l'origine de 39 violations (voir également la figure 4, p. 21).

Figure 16 : Dossiers fermés pour des cas relatifs aux dispositions visant les consommateurs, selon le type de disposition, 2003-2004

| Nombre total de dossiers fermés | Non-violation | Violation(s) | Retrait | Acceptation | Refus | en 2003-2004 |
|---------------------------------|---------------|--------------|---------|-------------|-------|--------------|
|---------------------------------|---------------|--------------|---------|-------------|-------|--------------|

| | | | | | | |
|--|-----|----|--|--|--|--|
| Comptes | 139 | 10 | | | | |
| Préavis de majoration des frais ou de prélèvement de nouveaux frais | 7 | 1 | | | | |
| Divulguation de l'information sur les comptes, des frais et des services aux clients et au public | 2 | | | | | |
| Défaut de communiquer et de rendre accessibles les frais imposés pour l'ouverture d'un nouveau et/ou deuxième compte — Clients seulement | 2 | | | | | |
| Défaut de communiquer et de rendre accessible l'information concernant le Règlement sur les services bancaires de base | 1 | | | | | |
| Remise des conventions de compte et de la procédure de traitement des plaintes | 1 | | | | | |
| Remise de l'avis de refus d'ouvrir un compte | 1 | | | | | |

Figure 14 : Dossiers¹ fermés pour des cas de conformité relatifs aux codes de conduite² et aux engagements publics³, selon le type de disposition, 2003-2004

| Accès aux services bancaires de base | Types de disposition | | | | Nombre total de dossiers fermés en 2003-2004 |
|--|----------------------|-------------|----------------------|----|--|
| | Respect | Non-respect | Retrait ⁴ | | |
| Aucun dépôt ni solde minimum requis | 9 | 1 | 1 | 1 | 1 |
| Refus d'ouvrir — Généralités | 2 | 2 | 6 | 16 | 13 |
| Refus d'ouvrir — Faillite | 2 | 2 | 9 | 13 | 59 |
| Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit | 20 | 9 | 30 | 1 | 1 |
| Refus d'ouvrir — Situation en matière d'emploi | 2 | 4 | 1 | 7 | 2 |
| Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable | 0 | 2 | 2 | 63 | 1 |
| Code de conduite pour les activités d'assurance autorisées | 44 | 2 | 17 | 1 | 1 |
| Code relatif aux cartes de débit | 1 | | | | |
| Engagements publics pris par les institutions financières | 1 | | | | |
| Engagement d'encasser les chèques du gouvernement fédéral (d'un montant maximal de 1 500 \$) | 3 | | 3 | 6 | 62 |
| Procédures de traitement des plaintes | 46 | 4 | 12 | 7 | 5 |
| Cartes de crédit | 5 | | 2 | 10 | 253 |
| Investissements | 4 | | 1 | | |
| Autres | 7 | | 3 | | |
| Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises | 143 | 22 | 88 | | |
| TOTAL POUR L'ANNÉE, DOSSIERS FERMÉS | | | | | |
| SELON LE TYPE DE DISPOSITION | | | | | |

1 Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).
 2 Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).
 3 Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).
 4 Les cas sont souvent retirés lorsque les consommateurs ne donnent pas suite aux tentatives de l'ACFC visant à communiquer avec eux pour poursuivre l'examen de conformité.

La figure 14 décrit comment l'ACFC a réglé les cas liés aux codes de conduite et aux engagements publics en 2003-2004. En tout, 253 dossiers concernant ces cas ont été fermés. L'accès aux services bancaires, les codes relatifs aux cartes de débit et les codes relatifs aux cartes de crédit ont été les principaux sujets soulevés.

1 On comptait 3 cas dans le rapport de l'année dernière contre 4 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
 2 On comptait 1 cas dans le rapport de l'année dernière contre 0 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
 3 Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).
 4 On comptait 7 cas dans le rapport de l'année dernière contre 6 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
 5 Un des cas dont le dossier a été fermé fait actuellement l'objet d'un appel devant la cour fédérale.
 6 On ne comptait aucun cas dans le rapport de l'année dernière contre 1 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
 7 On comptait 12 cas dans le rapport de l'année dernière contre 11 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
 8 On comptait 2 cas dans le rapport de l'année dernière contre 3 au début de la présente année. L'un des cas dont le dossier a été fermé l'année dernière a été rouvert après que nous avons obtenu davantage de renseignements.
 9 On comptait 4 cas dans le rapport de l'année dernière contre 3 au début de la présente année. Cet écart est attribuable à une reclassement.
 10 On comptait 1 cas dans le rapport de l'année dernière contre 2 au début de la présente année. L'un des cas dont le dossier a été fermé l'année dernière a été rouvert après que nous avons obtenu davantage de renseignements.
 11 On comptait 12 cas dans le rapport de l'année dernière contre 6 au début de la présente année. Nous avons changé la classification après avoir obtenu davantage de renseignements.
 12 On comptait 34 cas dans le rapport de l'année dernière contre 20 au début de la présente année. Les améliorations apportées au système et les modifications à la présentation des statistiques de l'ACFC nous ont permis d'établir que le chiffre de l'année dernière avait été surevalué.
 13 Le dépôt de ces documents n'était pas exigé par la loi, mais ils ont été soumis par les institutions financières tenant à informer le commissaire des modifications apportées aux services de détail.

Figure 13 (suite)

Figure 13 (suite)

| Dispositions visant les consommateurs | | | |
|---|-------------------------------|------------------------------|---|
| Dossiers en suspens à la fin de 2002-2003 | Dossiers ouverts en 2003-2004 | Dossiers fermés en 2003-2004 | Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004 |
| 2 | 2 | 0 | 2 |

| | | | |
|---|-----|-----|-----|
| Prêts (suite) | | | |
| Remise de relevés mensuels | 2 | 0 | 2 |
| Obligation de divulguer le coût d'emprunt sous forme de taux annuel | 1 | 1 | 0 |
| Obligation de divulguer le coût d'emprunt dans la publicité | 4 | 2 | 3 |
| Obligation de divulguer le coût d'emprunt lorsque le prêt est accordé ⁹ | 3 | 20 | 3 |
| Obligation de donner un préavis de 21 jours avant la date de renouvellement de l'hypothèque | 3 | 4 | 2 |
| Obligation de fournir de l'information sur le remboursement des prêts, les rabais et les frais | | 23 | 14 |
| 9 | | | |
| Organisme tiers de règlement des différends pour les institutions financières sous réglementation fédérale autres que les banques | | | |
| | | 3 | 0 |
| 3 | | | |
| Ventes liées | | | |
| Ventes liées avec coercition | 1 | 20 | 17 |
| 4 | | | |
| 1 | | 4 | 3 |
| Sous-total des cas liés aux dispositions visant les consommateurs | | | |
| 85 | 774 | 659 | 200 |

| Codes de conduite et engagements publics | | | |
|---|-------------------------------|------------------------------|---|
| Dossiers en suspens à la fin de 2002-2003 | Dossiers ouverts en 2003-2004 | Dossiers fermés en 2003-2004 | Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004 |

| | | | |
|---|-----|-------|-----|
| Accès aux services bancaires de base | 1 | 1 | 0 |
| Aucun dépôt ni solde minimal requis | 2 | 14 | 0 |
| Refus d'ouvrir — Généralités ¹⁰ | 0 | 16 | 0 |
| Refus d'ouvrir — Faillite | 0 | 13 | 0 |
| Refus d'ouvrir — Antécédents en matière de crédit ¹¹ | 6 | 53 | 0 |
| Refus d'ouvrir — Situation en matière d'emploi | 1 | 7 | 0 |
| Refus d'ouvrir — Pas de pièce d'identité valable | 1 | 6 | 0 |
| Code de conduite pour les activités d'assurance autorisées | 3 | 2 | 1 |
| Code sur les cartes de débit ¹² | 11 | 66 | 14 |
| Engagements publics pris par les institutions financières | 8 | 6 | 2 |
| Accessibilité de la procédure de traitement des plaintes | 1 | 1 | 0 |
| Engagement d'encasser les chèques du gouvernement fédéral | 4 | 76 | 18 |
| Cartes de crédit | | 62 | 1 |
| Investissements | 1 | 8 | 0 |
| Autres | | 4 | 3 |
| Code de conduite sur les relations des banques avec les petites entreprises | 13 | 10 | 2 |
| Engagement relatif aux services non sollicités | 2 | 0 | 2 |
| Sous-total pour les codes de conduite et les engagements publics | 26 | 268 | 41 |
| Dépôt de documents ³ | | | |
| Fermetures de succursales ¹³ | 5 | 138 | 1 |
| Succursales en magasin ou satellitaires ¹⁴ | 15 | 193 | 8 |
| Préavis au commissaire | | 200 | 0 |
| Fermetures temporaires ¹⁴ | 8 | 40 | 4 |
| Procédures de traitement des plaintes | | 12 | 0 |
| Déclarations sur les responsabilités envers la collectivité | 28 | 395 | 13 |
| Sous-total pour le dépôt de documents | 46 | 991 | 155 |
| TOTAL GÉNÉRAL POUR 2002-2003 | 139 | 1 437 | 254 |
| TOTAL GÉNÉRAL POUR 2003-2004 | | | |

(Notes : Voir la page suivante)

| Dispositions visant les consommateurs | |
|---|-------------------------------|
| Dossiers en suspens à la fin de 2002-2003 | Dossiers ouverts en 2003-2004 |
| Dossiers en suspens à la fin de 2003-2004 | Dossiers fermés en 2003-2004 |

[illegible]

Figure 11 : Plaintes à l'exception de celles relatives aux questions de conformité¹, selon le sujet

| Catégorie | 2002-2003 | 2003-2004 |
|--|--------------|--------------|
| Cartes de crédit | 584 | 899 |
| Comptes | 489 | 798 |
| Assurances | 559 | 676 |
| Prêts | 363 | 537 |
| Investissements | 347 | 527 |
| Demandes de renseignements généraux | 311 | 490 |
| Hypothèques | 338 | 411 |
| Chèques | 259 | 333 |
| Fermietures de succursales | 213 | 258 |
| Petites et moyennes entreprises | 118 | 170 |
| Protection des renseignements personnels | 141 | 148 |
| Vérifications auprès d'une agence d'évaluation du crédit | 0 | 95 |
| Cartes de débit | 59 | 83 |
| Procédures de traitement des plaintes | 11 | 10 |
| Autres ² | 2 408 | 635 |
| TOTAL POUR L'ANNÉE | 6 200 | 6 070 |

¹ Cette figure ne comprend pas les demandes de publications des factures, des services bancaires informés et téléphoniques, des questions de succession, des taux de change, de l'usurpation de l'identité, des taux d'intérêt, de la qualité du service, de la réglementation, des frais de service et des ventes liées. Depuis qu'elle a son nouveau système de gestion des données, l'ACFC inscrit les plaintes concernant les taux d'intérêt, la qualité du service et les frais de service dans les catégories Comptes, Cartes de crédit et Investissements.

Les cinq principaux types de demandes de renseignements et de plaintes reçues en 2003-2004

Demandes de renseignements et plaintes reçues à propos de la conformité

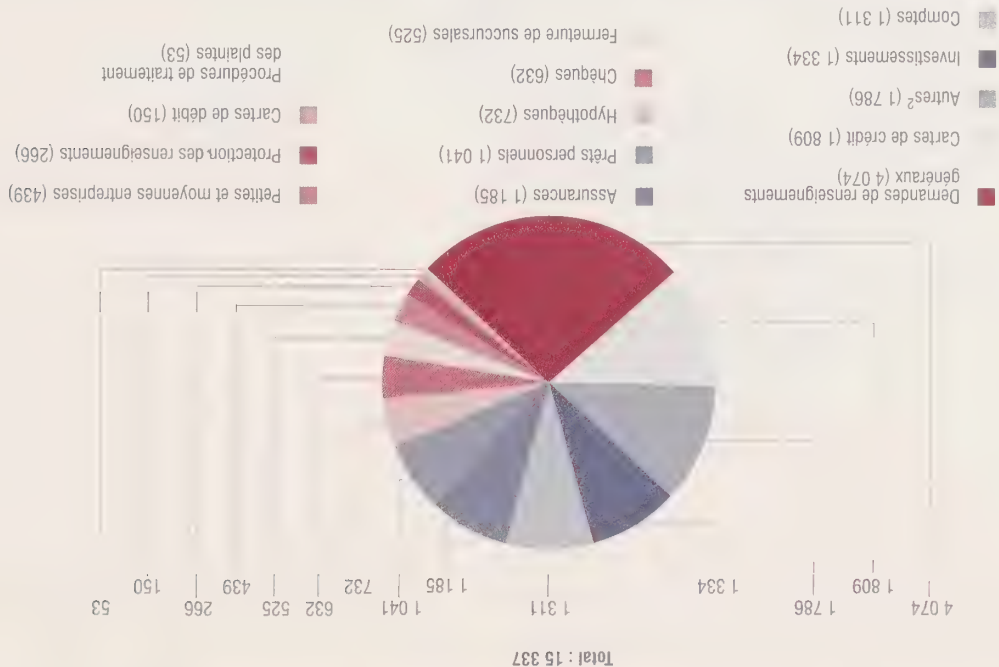
Les figures 12 à 14 font état des communications relatives à la conformité adressées à l'ACFC depuis sa création. En 2003-2004 (notre deuxième année d'activités complète), le nombre de ces communications a augmenté d'environ 70 p. 100 par rapport à l'année précédente. La figure 13 (p. 30) donne un aperçu du nombre de cas de conformité, selon la nature des questions liées à la conformité ayant été traitées en 2003-2004. Sur les 1 437 dossiers ouverts, 1 322 étaient fermés à la fin de l'année.

Figure 12 : Nombre total de communications¹ reçues à propos de la conformité, selon la catégorie

| | 2002-2003 | 2003-2004 |
|--|------------|--------------|
| Fermietures de succursales | | |
| Préavis requis | 17 | 4 |
| Demandes visant la tenue de réunions publiques sur les fermietures de succursales ² | 133 | 40 |
| Demandes visant la modification des exigences de préavis de fermeture de succursales | 6 | 6 |
| Codes de conduite³ et engagements publics⁴ | | |
| Plaintes relatives aux codes de conduite et aux engagements publics | 242 | 268 |
| Demandes de renseignements concernant les codes de conduite et les engagements publics | 48 | 44 |
| Procédures de traitement des plaintes | | |
| Fournir une copie de la procédure de traitement des plaintes ⁵ | 8 | 0 |
| Dispositions visant les consommateurs | | |
| Plaintes relatives aux dispositions visant les consommateurs | 170 | 440 |
| Demandes de renseignements concernant les dispositions visant les consommateurs | 21 | 33 |
| Plaintes signalées directement par une institution | 40 | 334 |
| NOMBRE TOTAL DE COMMUNICATIONS ENREGISTRÉES AU CHAPITRE DE LA CONFORMITÉ | 685 | 1 169 |

¹ Il y a communication lorsqu'une personne ou une institution entre en rapport avec l'ACFC au sujet d'une question ou d'une préoccupation, y compris les plaintes et les demandes de renseignements. Sont exclus les dépôts de documents courants.
² Ce nombre comprend les demandes multiples concernant la même succursale.
³ Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).
⁴ Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).
⁵ Pour une définition, voir l'annexe A (Glossaire).

Figure 9 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité¹, selon la catégorie, 2003-2004



1 Cette figure ne comprend pas les demandes de publications.
2 Comprend les diverses demandes de renseignements et plaintes reçues au sujet des guichets automatiques bancaires, des factures, des services bancaires automatisés et téléphoniques, des questions de succession, des taux de change, de l'usurpation de l'identité, des taux d'intérêt, de la qualité du service, de la réglementation, des frais de service et des ventes liées.

La figure 9 présente le nombre total de communications enregistrées en 2003-2004, selon la catégorie. Les questions concernant les cartes de crédit ont été le principal sujet de préoccupation des consommateurs,

après la catégorie des demandes de renseignements généraux (qui couvre une grande variété de sujets).

La figure 10 fait état des types de demandes de renseignements concernant le secteur financier, à l'exception des questions liées à la conformité, qui ont été formulées par les consommateurs en 2002-2003 et en 2003-2004. Au cours du dernier exercice, les demandes de renseignements généraux ont constitué la principale catégorie, suivie des cartes de crédit. La figure 11 (p. 29) présente les chiffres enregistrés en 2002-2003 et en 2003-2004 pour les types de plaintes autres que celles liées à la conformité. Les cartes de crédit ont été à l'origine de la plupart des problèmes signalés par les consommateurs au cours du dernier exercice.

Figure 10 : Demandes de renseignements reçues pour des questions autres que la conformité¹, selon le type

| Catégorie | 2002-2003 | 2003-2004 |
|--|--------------|--------------|
| Demandes de renseignements généraux | 2 968 | 3 584 |
| Cartes de crédit | 1 368 | 910 |
| Investissements | 324 | 807 |
| Comptes | 297 | 513 |
| Assurances | 302 | 509 |
| Prêts | 287 | 504 |
| Vérifications auprès d'une agence d'évaluation du crédit | 0 | 438 |
| Hypothèques | 196 | 321 |
| Chèques | 183 | 299 |
| Petites et moyennes entreprises | 81 | 269 |
| Fermiures de succursales | 189 | 267 |
| Protection des renseignements personnels | 88 | 118 |
| Cartes de débit | 39 | 67 |
| Procédures de traitement des plaintes | 59 | 43 |
| Autres ² | 501 | 618 |
| TOTAL POUR L'ANNÉE | 6 882 | 9 267 |

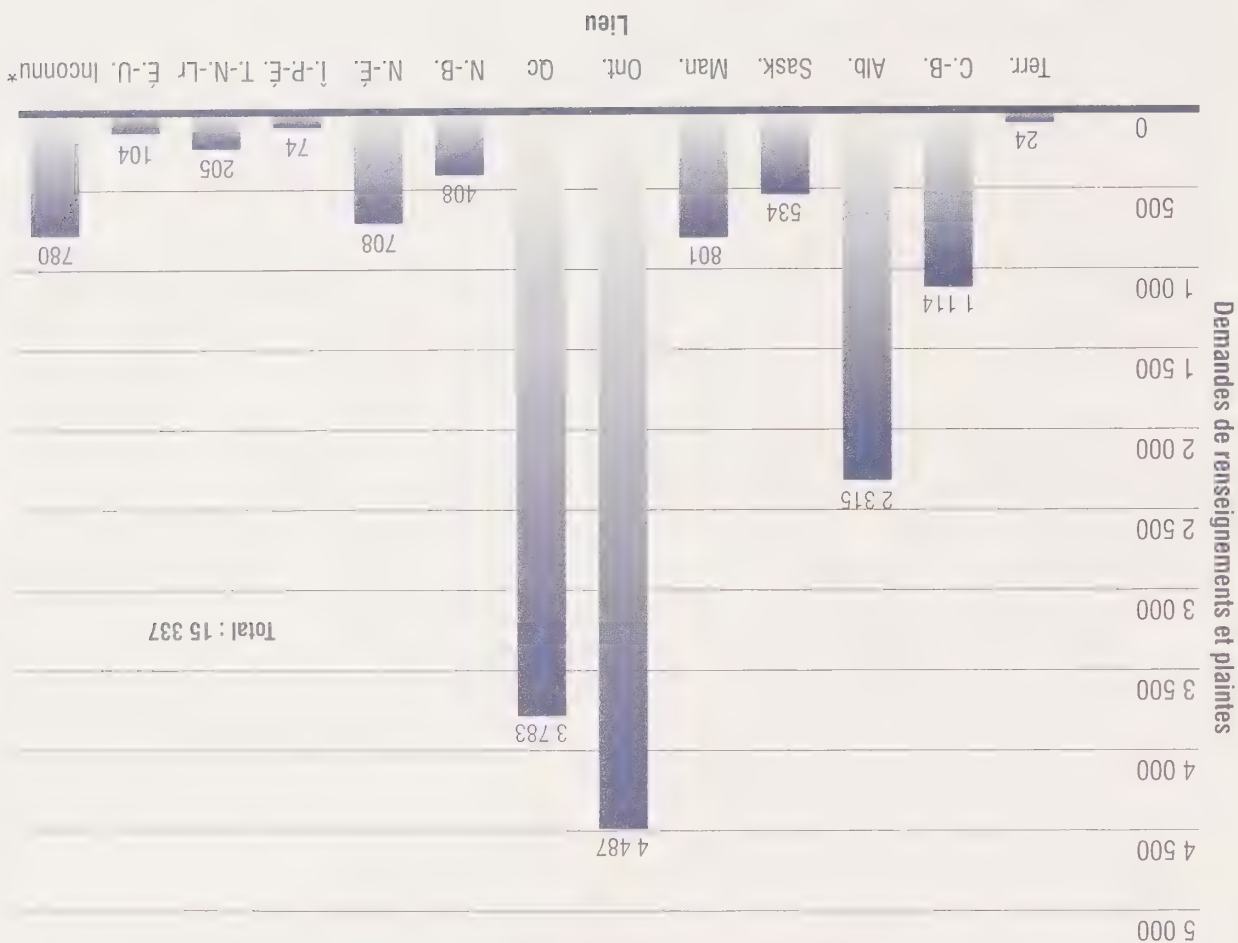
1 Cette figure ne comprend pas les demandes de publications.
2 Comprend les diverses demandes de renseignements reçues au sujet des guichets automatiques bancaires, des factures, des services bancaires automatisés et téléphoniques, des questions de succession, des taux de change, de l'usurpation de l'identité, des taux d'intérêt, de la qualité du service, de la réglementation, des frais de service et des ventes liées.
Depuis qu'elle a son nouveau système de gestion des données, l'ACFC inscrit les demandes de renseignements concernant les taux d'intérêt, la qualité du service et les frais de service dans les catégories Comptes, Cartes de crédit et Investissements.

Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité

L'information contenue dans les figures 8 à 11 se rapporte à des demandes de renseignements et à des plaintes non liées à une disposition visant les consommateurs, à un code de conduite ou à un engagement public. L'information sur les questions relatives à la conformité figure dans la partie suivante.

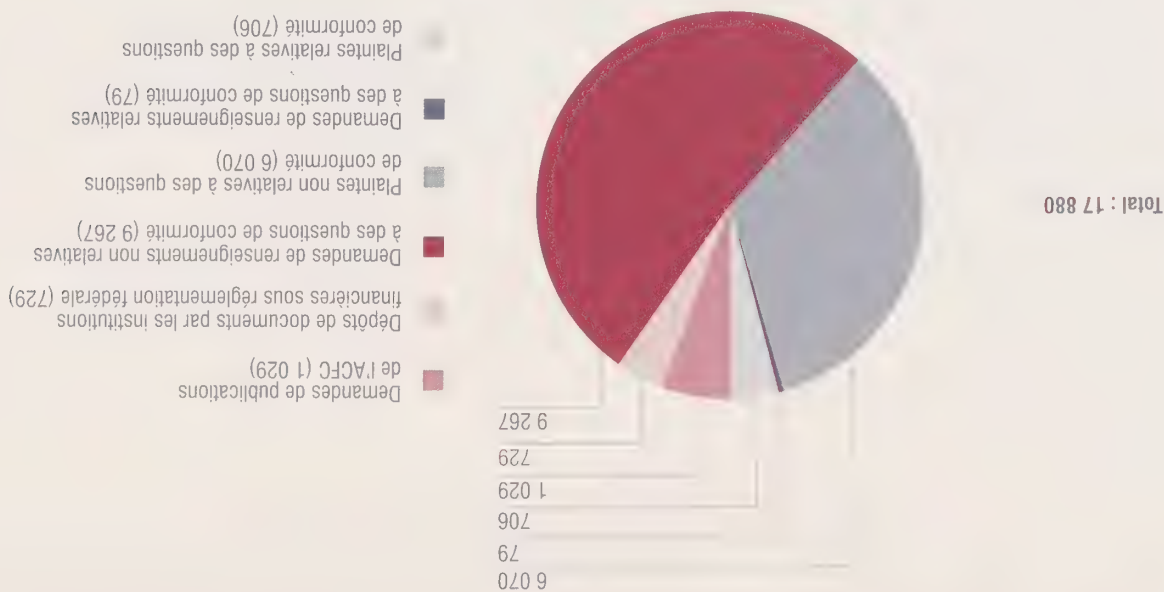
La figure 8 présente la répartition géographique des demandes de renseignements et des plaintes non liées à la conformité. Pris ensemble, l'Ontario et le Québec sont à l'origine de près de 54 p. 100 de ce type de communication.

Figure 8 : Demandes de renseignements et plaintes reçues pour des questions autres que la conformité, selon le lieu, 2003-2004



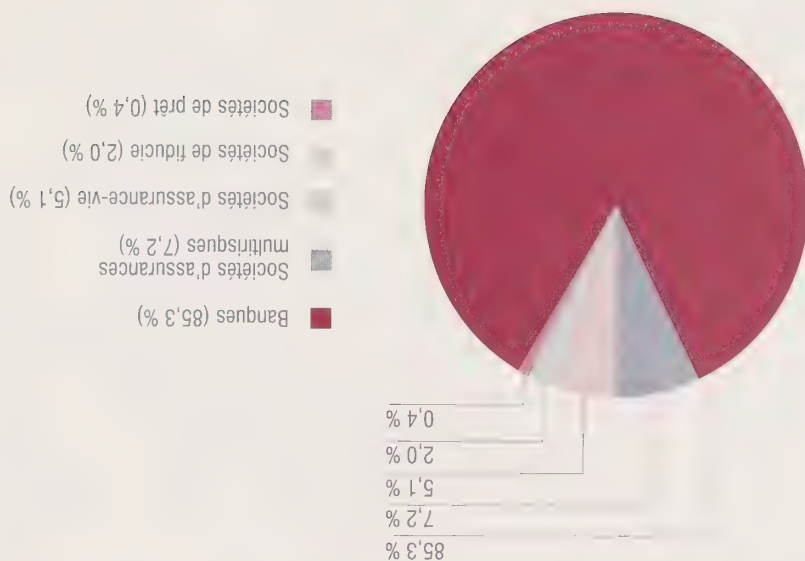
* Le lieu n'a pas été précisé par la personne ayant communiqué avec l'ACFC.

Figure 6 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type, 2003-2004



La figure 6 (ci-dessus) présente une ventilation du nombre total de communications destinées à l'ACFC en 2003-2004, selon le type. Les demandes de renseignements et les plaintes ont été les deux principales catégories.

Figure 7 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon le type d'institution financière fédérale, 2003-2004



Questions qui préoccupent les Canadiens

Nombre total de demandes de renseignements et de plaintes reçues

La figure 5 indique le mode de communication des demandes de renseignements et des plaintes reçues par l'ACFC. Le téléphone a été le moyen de communication le plus fréquemment utilisé, suivi de loin par le courriel.

L'ACFC suit de près les nombreux types de demandes de renseignements et de plaintes qui lui sont transmises par l'intermédiaire du Centre de communications avec les consommateurs, par courriel et par courriel ordinaire, et par le truchement des commentateurs des visiteurs. Les figures suivantes présentent les types de communications enregistrées en 2003-2004 entre l'ACFC et les Canadiens, ainsi que les questions qui préoccupaient les consommateurs qui se sont adressés à nous.

Figure 5 : Nombre total de communications destinées à l'ACFC, selon la source, 2003-2004



* Dossiers ouverts par l'ACFC au sujet d'une éventuelle question de conformité, et plaintes signalées.

Dans l'intérêt des Canadiens

L'ACFC offre un service très utile aux Canadiens en donnant suite de façon efficace et efficiente aux préoccupations concernant le secteur financier qu'ils portent à son attention. Le nombre de demandes de renseignements et de plaintes que les consommateurs nous ont adressées en 2003-2004 témoigne du besoin que les services de l'ACFC viennent combler.



Perspectives d'avenir

Grâce au Règlement sur l'accès aux services bancaires de base, l'ACFC est habilitée à s'assurer que les Canadiens ont accès aux services bancaires essentiels. En 2004-2005, la Direction mettra l'accent sur le respect du Règlement.

Parmi les principales activités à entreprendre figurent les suivantes :

- actualisation du cadre de conformité;
- suivi de l'engagement relatif aux services non sollicités;
- achèvement de l'examen des documents hypothécaires pour déterminer la mesure dans laquelle ils sont rédigés en un langage simple et examen d'autres documents dans cette optique;
- tenue d'un sondage sur l'accès aux services bancaires de base;
- examen des pratiques du secteur en ce qui touche le code des cartes de débit.



Progrès accomplis au chapitre des pratiques en matière de divulgation

Voici des exemples qui mettent en lumière l'approche proactive adoptée par l'ACFC. Lorsque des questions liées à la conformité surgissent, l'Agence intervient avant qu'elles n'aient de conséquences pour un grand nombre de Canadiens.

Examen de la divulgation par les banques des pénalités pour remboursement anticipé des prêts hypothécaires

L'ACFC a examiné les documents des sept grandes banques sur les pénalités de remboursement anticipé des prêts hypothécaires. Son objectif était de déterminer la mesure dans laquelle ces documents d'information étaient rédigés en un langage simple et contenaient tous les renseignements dont l'emprunteur a besoin. À l'issue de cet examen, plusieurs banques ont décidé de prendre des mesures pour améliorer leurs documents d'information sur les prêts hypothécaires.

Examen de la divulgation des taux d'intérêt applicables aux cartes de crédit

L'ACFC a examiné les formulaires de demande de carte de crédit de plusieurs sociétés émettrices pour vérifier si les taux d'intérêt étaient précisés. La loi exige que les consommateurs soient informés du taux d'intérêt applicable au moyen d'un avis lorsqu'ils font une demande de carte. L'ACFC a découvert que certaines sociétés émettrices ne divulguaient pas cette information. Les contrats de cartes de crédit des principales sociétés émettrices au Canada font actuellement l'objet d'un examen.

Examen de la procédure de traitement des plaintes des banques

En mai et en juin 2003, la Direction de la conformité et des relations avec l'industrie a tenu des réunions avec des représentants de cinq grandes banques afin de mieux comprendre les procédures internes qu'elles ont adoptées pour le règlement des plaintes. Les

Mise à jour du cadre de conformité

Examens généraux annuels

À l'automne 2003, l'ACFC a mené à bien son deuxième examen général annuel portant sur l'ensemble des 422 institutions financières sous réglementation fédérale. Cet examen visait à évaluer leur conformité aux dispositions visant les consommateurs qui leur sont applicables. L'ACFC a constaté que les institutions se conformaient généralement aux dispositions et avaient donné suite aux questions portées à leur attention au cours de l'année.

Connexion conformité

Le cadre de conformité présente la façon dont l'ACFC s'y prend pour surveiller la conformité des institutions financières aux dispositions visant les consommateurs prescrites par la loi et pour suivre de près leur respect des codes de conduite volontaires et des engagements publics. En 2003-2004, soit un an après la mise en œuvre du cadre de conformité, l'ACFC a amorcé des consultations auprès du secteur financier afin d'actualiser et de modifier le cadre.

La Direction a continué de publier son bulletin trimestriel *Connexion conformité*, qui tient l'industrie au courant de diverses questions liées à la conformité. Pour faciliter la circulation de l'information importante et réduire au minimum l'incidence sur l'environnement, la Direction diffuse désormais le bulletin par voie électronique. Ce changement a été bien accueilli par le secteur.

Après avoir reçu la lettre de réprimande, la société de fiducie a pris des mesures pour afficher sa liste de frais imposés, surtout où elle possédait des bureaux. La société de fiducie a également passé en revue sa façon de procéder pour mettre les documents d'information à la disposition des intéressés, et elle a adopté un mécanisme pour s'assurer que le barème des frais serait mis à jour en temps opportun et sur une base permanente, comme l'exige la réglementation.

Défaut de donner un préavis de fermeture de succursale

Une banque n'a pas informé le commissaire d'un projet de fermeture de succursale en lui donnant un préavis de quatre mois. Elle a également omis d'aviser les clients et les membres du public touchés en leur donnant un préavis d'au moins quatre mois. De plus, les préavis donnés aux clients touchés ne précisaient pas la marche à suivre pour communiquer avec le commissaire. En outre, la banque n'avait pas informé les consommateurs que le commissaire pouvait exiger la tenue d'une réunion publique entre les représentants de la banque, des membres de l'Agence et tout autre intéressé pour discuter de la fermeture. Une lettre de réprimande faisant état de quatre violations de la part de la banque lui a été adressée. Après avoir reçu la lettre de réprimande, la banque a modifié son processus interne pour s'assurer que désormais la loi serait respectée.

La figure 4 illustre le règlement des problèmes de conformité qui ont été portés à l'attention de l'ACFC. L'Agence a établi 39 cas de violation des règlements et a conclu une entente de conformité. Elle a adressé 17 lettres de réprimande, a dressé 3 procès-verbaux de violation et a imposé 3 sanctions administratives pécuniaires.

Figure 4 : Dossiers fermés pour des cas de conformité ayant fait l'objet de mesures, 2003-2004

| Dispositions visant les consommateurs | Nombre de dossiers fermés avec violations | Nombre de violations établies | Décisions du commissaire |
|--|---|-------------------------------|---|
| Comptes | 1 | 9 | 1 lettre de réprimande |
| Fermures de succursales | 7 | 16 | 6 lettres de réprimande, 1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (10 000 \$) |
| Cartes de crédit | 1 | 1 | 1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (5 000 \$) |
| Divulgaration de l'information sur les comptes, des frais ou des services aux clients et au public | 1 | 9 | 1 lettre de réprimande |
| Divulgaration de l'information requise sur les relevés mensuels | 1 | 1 | 1 lettre de réprimande et 1 accord de conformité |
| Divulgaration du coût d'emprunt, du taux d'intérêt ou des frais applicables aux cartes de crédit* | 5 | 6 | 4 lettres de réprimande, 1 procès-verbal de violation avec sanction administrative pécuniaire (50 000 \$) |
| Chèques du gouvernement du Canada | 2 | 3 | 2 lettres de réprimande |
| Prêts | 2 | 2 | 2 lettres de réprimande |
| Ventes liées | 1 | 1 | 1 lettre de réprimande |
| Ventes liées avec coercition | 1 | 1 | 1 lettre de réprimande |
| TOTAL GÉNÉRAL | 20 | 39 | |

* Un cas fait actuellement l'objet d'un appel devant la cour fédérale.

transparence et informer les consommateurs et le secteur financier au sujet des questions qui pourraient avoir une incidence sur eux. Il s'agit des cas pour lesquels le commissaire a dû prendre une décision finale concernant la violation d'un règlement ou le non-respect d'un code de conduite ou d'un engagement public. Une décision donnée peut avoir des conséquences pour des centaines de milliers de consommateurs. Dans les paragraphes qui suivent, on trouvera un échantillon représentatif des décisions prises par le commissaire en 2003-2004.

Ventes liées avec coercition

Une banque a accepté d'accorder une marge de

crédit et un prêt hypothécaire à un consommateur. Lorsque le consommateur a décidé d'obtenir un prêt hypothécaire auprès d'une autre institution, la banque a retiré son offre de marge de crédit et lui a indiqué que la marge de crédit ne pouvait lui être accordée s'il n'acceptait pas un prêt hypothécaire.

En vertu du paragraphe 459.1(1) de la *Loi sur les banques*, les banques n'ont pas le droit d'exercer des pressions indues afin de forcer une personne à se procurer un produit ou un service après de cette institution ou une entité de son groupe pour obtenir un autre produit ou service de la même banque. En conséquence, une lettre de réprimande faisant état d'une violation a été adressée à la banque.

Après avoir reçu la lettre de réprimande, la banque a pris une mesure réparatoire, notamment en retirant son offre de marge de crédit personnelle. La banque a aussi indiqué la marche à suivre au personnel de la succursale, s'est assurée que l'information pertinente en matière de conformité était mise à la disposition du personnel et des clients, et a tenu une séance de formation plus approfondie à l'intention du personnel de première ligne.

Divuligation inexacte du coût d'emprunt

Dans la convention avec les détenteurs de sa carte de crédit, une banque n'a pas divulgué de façon exacte le mode de calcul de l'intérêt applicable dans tous les cas. Une lettre de réprimande faisant état d'une violation lui a été adressée.

Non-divuligation des taux d'intérêt

applicables aux cartes de crédit

Au moment où la lettre de réprimande lui a été adressée, la banque était déjà en voie de modifier sa procédure interne pour communiquer convenablement la façon dont elle prélevait des intérêts et informer les clients des changements apportés.

En veillant à calculer l'intérêt exactement de la façon décrite dans la convention avec les détenteurs de carte, la banque s'assure que les consommateurs disposent de l'information dont ils ont besoin pour comprendre les conditions de la convention.

Non-divuligation des taux hypothécaires

Une succursale bancaire a affiché une annonce publicitaire dans sa vitrine indiquant un taux hypothécaire, mais elle a omis de divulguer la durée du prêt. Une lettre de réprimande faisant état d'une violation a été adressée à la banque.

Dès qu'elle a été informée du problème, la banque a retiré l'annonce publicitaire. Elle a ensuite envoyé une circulaire à toutes ses succursales pour rappeler aux employés la politique en vigueur, qui consiste à faire approuver toutes les annonces publicitaires par le service de commercialisation de l'institution.

Défaut d'afficher des avis concernant

les frais

Une société de fiduciaire a omis d'afficher des avis sur les frais imposés dans neuf de ses succursales, ce qui est contraire à la réglementation. Une lettre de réprimande faisant état de neuf violations lui a été adressée.

Protéger les

consommateurs

façon dont les banques s'y prennent pour satisfaire aux exigences en matière de divulgation et pour respecter d'autres pratiques.

L'ACFC a retenu les services d'un cabinet spécialisé en recherches, qui s'est chargé d'envoyer 250 clients mystères dans les succursales bancaires pour poser des questions souvent demandées par les consommateurs ordinaires. Les questions portaient sur des sujets comme les taux d'intérêt, les frais de service et les déclarations sur les responsabilités envers la collectivité. Après le dépouillement des résultats, nous avons présenté à chaque banque les constatations se rapportant à sa performance. Lorsque des lacunes ont été décelées, nous avons travaillé avec les banques pour les combler.

Le rapport complet qui fait état des résultats de l'évaluation mystère de l'ACFC réalisée en 2003 est affiché dans notre site Web : www.acfc.gc.ca/fra/conformite/default.asp

Décisions du commissaire de l'ACFC relativement à des cas représentatifs importants

L'ACFC protège les consommateurs en assurant le respect des lois et en surveillant l'application des codes de conduite volontaires et des engagements publics. En 2003-2004, nous avons commencé à afficher toutes les décisions prises par le commissaire dans le site Web de l'ACFC. Cela visait à favoriser l'atteinte de notre objectif consistant à accroître la

La Direction de la conformité et des relations avec l'industrie de l'ACFC a pour rôle de surveiller et d'appliquer les lois qui protègent les consommateurs lorsqu'ils font affaire avec les institutions financières.

Mettre en œuvre le Règlement sur l'accès aux services bancaires de base

L'année 2003-2004 aura été marquée par la mise en œuvre du Règlement sur l'accès aux services bancaires de base, le 30 septembre 2003. Le Règlement empêche les banques de refuser d'ouvrir un compte de dépôt personnel de base aux personnes qui en font la demande même s'ils n'ont pas d'emploi, font ou ont déjà fait faillite, ou encore ne déposent pas d'argent dans leur compte. Le Règlement exige également que les banques encaissent sans frais les chèques du gouvernement du Canada jusqu'à concurrence de 1 500 \$ même si les demandeurs ne sont pas clients, pourvu qu'ils puissent présenter des pièces d'identité acceptables.

Maintenant que le Règlement est en vigueur, l'ACFC est en mesure de voir à ce que les Canadiens puissent obtenir un service considéré comme essentiel à la stabilité financière personnelle : un compte bancaire de base.

Évaluation mystère de l'ACFC

Au printemps 2003, l'ACFC a piloté une importante évaluation mystère dans plus de 1 600 succursales bancaires au Canada, l'objectif étant de déterminer la

En janvier 2004, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a produit plusieurs articles sur les cartes de crédit, les frais prélevés aux GAB et le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, qu'elle a fait paraître dans des journaux communautaires et ruraux, partout au Canada. En tout, 164 articles ont été publiés dans divers journaux communautaires et locaux, et diffusés dans plusieurs sites Web, touchant ainsi un auditoire de 3,6 millions de consommateurs.

En décembre 2003, un tableau de forfaits de services bancaires à taux réduit pour personnes âgées figurait dans le magazine d'intérêt général *50 Plus*. Les aînés constituaient l'un des principaux groupes cibles de l'ACFC. Le tableau en question reprenait l'information affichée dans le site Web de l'ACFC.

Demandes de renseignements et plaintes des consommateurs

L'ACFC a reçu de nombreux appels, lettres, courriels et visites de consommateurs désireux d'en savoir plus sur une vaste gamme de sujets. Une de nos publications trimestrielles, *Demandes de renseignements et plaintes*, fait connaître le genre de demandes de renseignements et de plaintes que nous recevons.

Perspectives d'avenir

Elle est transmise aux médias par courriel et elle est accessible dans notre site Web. Cette publication électronique souligne les questions les plus courantes posées par les consommateurs qui communiquent avec l'ACFC et donne des réponses faciles à comprendre.

En 2004-2005, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques s'occupera principalement de mieux faire connaître le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* et d'informer les Canadiens sur la façon dont le *Règlement* protège leurs droits à ces services.

À cet égard, nous insisterons surtout sur les besoins des Canadiens vulnérables — en particulier les Canadiens aux capacités de lecture et d'écriture limitées. Pour les aider, nous augmenterons et nous réviserons notre série de fiches de renseignements de base, qui expliquent les produits et les services bancaires courants, y compris les cartes de crédit et les comptes bancaires. La liaison externe occupera également une place importante en nous aidant à joindre les Canadiens vulnérables et à faire en sorte qu'ils connaissent leurs droits et sachent que l'ACFC est une source d'information fiable. Pour toucher ce groupe de la société, nous maintiendrons les partenariats déjà créés et nous en établirons de nouveaux avec les ministères gouvernementaux et des organismes de l'extérieur qui travaillent dans l'intérêt des membres de ce groupe.

Par ailleurs, nous implanterons un mécanisme de surveillance du coût des services bancaires. Ce mécanisme mettra en valeur et analysera les tendances notées au chapitre du coût des services bancaires, y compris l'augmentation et la diminution des frais. De plus, nous continuerons de surveiller les frais supplémentaires prélevés aux GAB et nous communiquerons aux consommateurs de l'information à ce sujet au moyen du site Web de l'ACFC.



un courriel. Toutefois, lorsqu'il faut davantage de renseignements, que la question peut être tirée au clair de vive voix ou que le problème semble être urgent, l'agent peut tout simplement téléphoner au consommateur. L'entretien est alors suivi d'une lettre de confirmation ou d'une note consignée au dossier. Dans les lettres qu'ils préparent, les agents de correspondance de l'ACFC s'efforcent d'aborder avec délicatesse les préoccupations exprimées par les consommateurs et de fournir des réponses complètes et clairement exprimées. Ils fournissent autant de renseignements pertinents que nécessaire et, le cas échéant, joignent aux lettres les publications de l'Agence qui se rapportent à la question traitée. Parmi les demandes de renseignements et les plaintes que nous recevons, certaines portent sur des questions qui relèvent de la compétence d'une autre organisation. En pareil cas, les agents de correspondance fournissent les coordonnées des organismes de réglementation, des services de médiation ou des organismes de règlement des différends compétents.

Relations avec les médias

En 2003-2004, la couverture médiatique globale de l'ACFC s'est accrue de 70 p. 100 par rapport à l'année précédente. En effet, l'ACFC a été mentionnée dans plus de 400 articles et bulletins d'actualité dans tout le pays, ce qui a donné environ 46,7 millions « d'impressions d'audience », soit le nombre de lecteurs multiplié par le nombre de fois qu'ils ont vu un message concernant l'ACFC. L'ACFC adopte une approche proactive envers les médias, c'est-à-dire une stratégie dont l'objectif est de mieux faire connaître les publications de l'Agence et les autres initiatives qu'elle mène. En 2003-2004, l'Agence a également répondu à des centaines d'appels de journalistes souhaitant obtenir des renseignements fiables sur des questions intéressant les consommateurs de produits et de services financiers.

Les trois principales questions abordées par les médias dans le cadre de la couverture médiatique de l'ACFC étaient les suivantes :

- les cartes de crédit (214 mentions dans les médias);
- les frais de service (81 mentions dans les médias);
- l'évaluation mystère (23 mentions dans les médias).

Ce type de couverture est de loin la façon la plus rentable d'informer les Canadiens sur leurs droits et de les sensibiliser aux activités que mène l'ACFC. Les médias demeurent d'importants circuits de distribution de l'information de l'ACFC. La presse écrite joue un rôle particulièrement utile en livrant nos messages aux consommateurs. Les statistiques révèlent qu'un grand nombre des consommateurs ayant communiqué avec nous avaient obtenu nos coordonnées dans un journal.

Séances d'information

En janvier 2004, l'ACFC a tenu sa deuxième table ronde annuelle avec les dirigeants des principaux groupes de défense des consommateurs du Canada, notamment :

- la Coalition canadienne pour le réinvestissement communautaire;
- le Conseil canadien de la consommation;
- l'Association des consommateurs du Canada;
- l'option consommateurs;
- le Centre pour la défense de l'intérêt public;
- l'Union des consommateurs.

Les représentants de l'ACFC ont fourni une analyse des tendances et des enjeux se manifestant au sein du secteur financier, et ont demandé aux participants d'exprimer leurs points de vue et leurs commentaires à cet égard. Ils ont aussi parlé des activités menées par l'Agence dans le domaine de la conformité et ont présenté les constatations tirées de l'évaluation mystère ayant été effectuée (voir p. 19).

Initiatives d'envergure internationale

Pour se tenir au courant des tendances internationales en matière de réglementation, l'ACFC a continué d'assumer le rôle de secrétariat pour le Forum international sur l'éducation et la protection des consommateurs dans le secteur financier, qui a vu le jour en janvier 2003. Le Forum compte maintenant parmi ses membres 16 organismes appartenant à 13 pays ainsi que les Nations Unies.

En novembre 2003, l'ACFC a eu le plaisir d'accueillir Verona Hanlon, de l'Irish Financial Services Regulatory Authority (le seul organisme de réglementation de l'ensemble des services financiers, y compris les questions de consommation, de l'Irlande), qui a visité le Canada dans le cadre d'un échange du Forum international.

Services aux consommateurs

Centre de communications avec

les consommateurs

Le Centre de communications avec les consommateurs de l'ACFC est notre principal point d'accès. Près de 87 p. 100 des Canadiens qui communiquent avec nous le font par l'intermédiaire de notre ligne téléphonique sans frais.

Correspondance

D'après les résultats d'un sondage mené à la fin de 2003 pour déterminer la satisfaction des consommateurs face aux services du Centre, les agents d'information donnent un excellent service. Pour en savoir plus sur les résultats du sondage, se reporter à la page 43.

- être bien renseignés dans tous les domaines du secteur des services financiers canadiens;
- être parfaitement familiers avec les dispositions visant les consommateurs que l'ACFC est chargée de faire respecter, et pouvoir les expliquer;
- posséder une connaissance détaillée de l'information figurant dans les publications et le site Web de l'ACFC.

Des agents d'information répondent aux questions des consommateurs et offrent leur aide dans les deux langues officielles. Le Centre est ouvert de 8 h 30 à 18 h, heure normale de l'Est, du lundi au vendredi. Les personnes qui appellent peuvent laisser un message après les heures d'ouverture, pendant les fins de semaine et les jours fériés. On répond aux messages le jour ouvrable suivant.

Puisque la première impression des consommateurs au sujet de l'ACFC passe par leurs communications avec les membres du Centre, ceux-ci sont tenus de fournir un service de qualité supérieure. Par conséquent, ils sont formés pour :

- être bien renseignés dans tous les domaines du secteur des services financiers canadiens;
- être parfaitement familiers avec les dispositions visant les consommateurs que l'ACFC est chargée de faire respecter, et pouvoir les expliquer;
- posséder une connaissance détaillée de l'information figurant dans les publications et le site Web de l'ACFC.

Un agent de correspondance examine soigneusement la communication pour vérifier si elle se rapporte à une éventuelle violation des dispositions visant les consommateurs. S'il semble qu'il pourrait s'agir d'une question de conformité, le dossier est remis à un agent de conformité, aux fins d'enquête. Si l'agent de conformité établit qu'il ne s'agit pas d'une question liée à la conformité, le dossier est alors rendu à l'agent de correspondance, pour qu'il rédige une réponse. En temps normal, l'Unité de la correspondance répond à une lettre par une lettre, et à un courriel par

En 2004-2005, l'ACFC participera à un autre programme de l'ARC. Il s'agit du programme Enseignons l'impôt, qui permet d'aider 5 000 enseignants au niveau secondaire à familiariser les étudiants avec le régime fiscal canadien. Les enseignants seront invités à offrir à leurs étudiants des publications de l'ACFC contenant de l'information qui leur est spécialement destinée sur les cartes de crédit et les forfaits de services bancaires.

• **Ministères provinciaux**

À la fin de 2003, l'ACFC a déployé des efforts concertés ciblant tous les ministères provinciaux

chargés des services sociaux. L'Agence savait que la nouvelle réglementation portant sur l'accès aux services bancaires pouvait faciliter l'ouverture d'un compte bancaire pour les Canadiens à faible revenu, et que ceux-ci pourraient y faire déposer leurs prestations directement. Il convenait donc que des documents d'information de base de l'ACFC, notamment les brochures sur l'accès aux services bancaires, soient offerts dans tous les bureaux de services sociaux des provinces.

L'ACFC a également entrepris des activités de liaison s'adressant aux ministères provinciaux chargés de la consommation. Elle voulait s'assurer qu'il existait des liens complets et actualisés dans leurs sites Web respectifs, et que les centres d'appels de ces ministères disposaient d'information sur l'ACFC. Ces initiatives se poursuivront en 2004-2005.

Organisations non gouvernementales

L'ACFC a commencé à établir des partenariats avec diverses organisations non gouvernementales (ONG) qui fournissent des services aux Canadiens à faible revenu. Il s'agit entre autres d'organisations sans but lucratif offrant des conseils en matière de crédit ou des services publics d'éducation et d'aide juridiques, comme la Public Legal Education Association of Canada et la People's Law School à Vancouver. Ces démarches visent à informer les Canadiens sur leurs droits, en particulier dans le contexte de la réglementation de l'accès aux services bancaires.

Ainsi, dans un discours-programme qu'il a prononcé à l'assemblée annuelle du Conseil de crédit du Canada (CCC), le commissaire de l'ACFC a exprimé le désir de voir le CCC et l'ACFC travailler ensemble pour améliorer les connaissances en matière financière des Canadiens moins instruits et à faible revenu. Les membres du CCC appartiennent à des organismes provinciaux, dont l'Ontario Association of Credit Counselling Services (OACCS). En octobre 2003, l'ACFC a lancé une initiative qui a amené l'OACCS à exposer les brochures de l'ACFC dans ses bureaux et à utiliser les publications de l'ACFC comme ressources documentaires. Au début de 2004, l'initiative a été élargie pour inclure les membres du CCC de l'Alberta, de la Colombie-Britannique, du Nouveau-Brunswick et de Terre-Neuve-et-Labrador.

L'ACFC a également commencé à étudier la possibilité de former des partenariats avec des ONG pour venir en aide aux immigrants. Dans le but de renseigner ceux-ci, nous avons conclu un contrat avec une firme spécialisée dans l'éducation en matière financière des néo-Canadiens; cela nous a permis de tirer parti d'une expérience acquise de première main. Dans le cadre de cette entente, quatre séances d'information sur l'ACFC ont été tenues à Toronto au YMCA du centre-ville et au Yorkdale Centre. En tout, 230 personnes ont assisté à ces séances, qui ont été fort bien accueillies.

Salons professionnels

En 2003-2004, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a de nouveau participé au Salon financier à titre d'exposant. Cet important salon professionnel du secteur financier a attiré approximativement 6 000 visiteurs à Toronto en janvier 2004, et 3 000 autres visiteurs à Vancouver en février. En 2003-2004, l'Agence a actualisé son stand afin de refléter sa nouvelle image de marque et y a présenté des publications et du matériel promotionnel de l'ACFC. Le nouveau stand et la distribution de documents d'information ont eu pour effet d'accroître considérablement la visibilité de l'Agence à ce salon.

Questions et réponses

consommateurs à s'informer sur le sujet du jeu-questionnaire et sur leurs droits en vertu de la loi fédérale.

Située sous la rubrique « Pour les consommateurs »

du site Web, la page « Questions et réponses » est l'une des bases de données les plus complètes du genre au Canada; elle permet aux consommateurs

d'obtenir des renseignements financiers relatifs à leurs propres intérêts. En 2003-2004, près de 7 000 visiteurs

ont su profiter de cette ressource — un chiffre qui témoigne sans contredit de son succès.

Initiatives de liaison externe

L'ACFC est une organisation de petite taille, qui est relativement nouvelle. La liaison externe est donc un volet extrêmement important de sa stratégie pour informer et protéger les consommateurs canadiens dans le plus vaste éventail économique, social et géographique possible.

Deux facteurs principaux expliquent le succès phénoménal de notre programme de liaison externe.

Il s'agit d'une part de l'aide sans faille que nos partenaires nous ont apportée en distribuant les

documents d'information concernant le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*, et d'autre part de

l'ardeur au travail de l'équipe de liaison externe de l'ACFC ayant coordonné le programme. Près de la

moitié des publications que nous avons distribuées en 2003-2004 était constituée des deux brochures préparées

par l'ACFC pour expliquer la réglementation qui s'applique à l'ouverture des comptes bancaires

personnels et à l'encaissement des chèques du gouvernement fédéral.

Protéger les Canadiens vulnérables

Les Canadiens à faible revenu ou ayant des capacités d'écriture et de lecture limitées figuraient parmi les

principaux groupes cibles par l'effort de liaison externe de l'ACFC en 2003-2004.

Pour nous aider à les joindre, nous avons cherché à former des alliances stratégiques avec des partenaires

tels les ministères fédéraux et les organismes sans but lucratif dont les services sont destinés aux personnes

appartenant à ce genre de groupes. Le fait que nous

Gouvernement

• Développement des ressources humaines

Canada

En août 2003, l'ACFC a lancé un projet pilote avec l'ex-ministère Développement des ressources

humaines Canada (DRHC). Le projet a notamment consisté à exposer les documents d'information de

l'ACFC dans les bureaux de DRHC à Winnipeg et à les utiliser dans le cadre des activités de liaison

communautaire menées par DRHC dans le Sud du Manitoba.

La réaction au projet a été favorable et des centaines de publications ont été distribuées. À l'administration

centrale de DRHC, les gestionnaires de programme de Service Canada ont entendu parler du projet.

Ils ont décidé de commencer à offrir les brochures *Ouvrir un compte de banque personnel* et *Une nouvelle*

approche concernant l'aide aux consommateurs dans les centres d'accès de Service Canada situés partout

au pays. En mars 2004, l'ACFC a été la « vedette du mois » des centres d'accès de Service Canada,

et des milliers de brochures de l'ACFC ont été distribuées.

• Agence du revenu du Canada

L'Agence du revenu du Canada (ARC), autrefois l'Agence des douanes et du revenu du Canada,

mène de nombreuses activités de liaison externe. Le Programme communautaire des bénévoles en

matière d'impôt, qui aide les Canadiens à faible revenu à remplir leurs déclarations d'impôts, en est

un exemple. À la fin de 2003, l'ACFC s'est adressée à l'ARC et lui a proposé une initiative de liaison

externe. Grâce à cette initiative, l'ARC a distribué des milliers de brochures de l'ACFC portant sur le

nouveau *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base*.

Mises à jour et guides offerts uniquement en ligne

• Mises à jour sur les frais imposés pour

l'utilisation des GAB

La Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques a poursuivi sa recherche sur les frais prélevés pour l'utilisation des guichets automatiques bancaires (GAB) et elle a produit une mise à jour, à l'intention des consommateurs, sur les frais qui s'appliquent pour les retraits d'argent aux GAB.

• Faits et conseils sur les prêts

hypothécaires

Ce guide des prêts hypothécaires à l'intention des consommateurs traite :

- de ce que les consommateurs devraient savoir avant de présenter une demande d'hypothèque;
- des responsabilités des consommateurs en matière d'hypothèques;
- des droits des consommateurs en matière d'hypothèques, selon la législation fédérale;
- de ce que les consommateurs devraient savoir après avoir fait une demande d'hypothèque;
- des conditions des prêts hypothécaires;
- des moyens permettant de rembourser une hypothèque plus rapidement.

• Comment vous protéger contre la fraude par carte de débit

La Direction a préparé cette brochure en collaboration avec Industrie Canada. On peut la consulter dans le site Web de ce ministère ou au moyen du lien qui est proposé dans le site Web de l'ACFC. Ce document explique aux consommateurs ce qu'ils doivent faire s'ils sont victimes d'une fraude par carte de débit et fournit de l'information sur les questions de responsabilité.

L'ACFC donnera accès à une version à jour du Code de pratique canadien des services de cartes de débit dès que les modifications apportées au Code actuel de l'industrie entreront en vigueur. L'ACFC siège à titre d'observateur au Groupe de travail sur le transfert électronique de fonds, qui compte des représentants du gouvernement fédéral, des provinces, des institutions financières

et de l'industrie. Le Groupe se réunit pour

examiner le Code et y apporter des modifications, au besoin, le but visé est de faire en sorte que le Code protège les consommateurs et reflète les

pratiques courantes du marché.

• Comptes à frais modiques

Cette brochure décrit les comptes bancaires à frais modiques qu'offrent huit institutions financières canadiennes et présente les caractéristiques respectives de ces comptes.

Outils interactifs

• Guide du coût des services bancaires

Le Guide, qui est régulièrement mis à jour, permet à ceux qui le consultent de sélectionner leur région géographique et la catégorie de consommateurs à laquelle ils appartiennent. Une fois cette sélection faite, le Guide indique les forfaits de services bancaires offerts dans leur région, en fonction de leurs besoins particuliers. Ils peuvent ensuite comparer les divers forfaits et choisir celui qui répond le mieux à leurs besoins.

• Calculatrices hypothécaires

En 2003-2004, l'ACFC a mis au point une calculatrice hypothécaire accessible en ligne. La nouvelle calculatrice d'admissibilité à un prêt hypothécaire :

- aide les consommateurs à déterminer, selon leur niveau de revenu et d'endettement, s'ils peuvent obtenir un prêt hypothécaire pour la propriété qu'ils souhaitent acheter;
- montre la façon dont les prêteurs calculent les ratios qui les aident à déterminer si un consommateur peut obtenir un prêt hypothécaire;
- fournit des conseils aux consommateurs sur ce qu'il faut faire si la calculatrice indique qu'ils ne sont pas admissibles à un prêt hypothécaire.

Jeux-questionnaires

En 2003-2004, la Direction a élaboré deux nouveaux jeux-questionnaires interactifs offerts en ligne. Le jeu-questionnaire sur les cartes de crédit et le jeu-questionnaire sur les hypothèques sont des produits rédigés en un langage simple qui aident les

Figure 2 : Utilisation du site Web de l'ACFC

| Exercice | 2001-2002 ¹ | 2002-2003 | 2003-2004 |
|---|------------------------|-----------|-----------|
| Nombre de visites ² | 34 718 | 132 197 | 254 854 |
| Nombre moyen de visites par jour | 190 | 362 | 696 |
| Durée moyenne des visites (en minutes) ³ | 00:16:27 | 00:13:38 | 00:11:51 |
| Durée médiane des visites (en minutes) ⁴ | 00:02:14 | 00:02:23 | 00:02:33 |

Nouveaux outils interactifs et jeux-questionnaires

| | |
|---|---------------|
| jeu-questionnaire sur les droits et responsabilités | 3 412 |
| jeu-questionnaire sur les cartes de crédit | 3 181 |
| jeu-questionnaire sur les hypothèques | 10 |
| Outil Guide du coût des services bancaires | 14 744 |
| TOTAL DES VISITES, OUTILS INTERACTIFS ET JEUX-QUESTIONNAIRES | 21 347 |

1 Les chiffres se rapportent à une période de 5,5 mois, soit de l'ouverture de l'Agence le 14 octobre 2001 au 31 mars 2002.

2 Le nombre de visites représente le nombre total de fois que les visiteurs ont consulté le site de l'ACFC. Si la limite du temps mort est dépassée, on suppose que le visiteur a mis fin volontairement à la visite. Si le visiteur continue à consulter le site après la limite du temps mort, on considère qu'il s'agit d'une nouvelle visite. La limite du temps mort par défaut est de 30 minutes.

3 La durée moyenne des visites représente la durée totale de la visite du site divisée par le nombre total de visites.

4 La durée médiane des visites représente le point milieu à partir duquel la moitié des visites sont plus longues et l'autre moitié, plus courtes. La durée médiane se rapproche plus souvent de la durée d'une visite type que la durée moyenne des visites.

Figure 3 : Consultation du site Web de l'ACFC par mois, depuis son lancement



Comprendre les besoins des Canadiens à faible revenu et aux capacités de lecture et d'écriture limitées

Pour remplir son mandat de protection et

d'information des consommateurs, l'ACFC doit veiller à ce qu'ils comprennent bien l'information qu'elle

leur fournit.

En 2003-2004, l'ACFC a dirigé plusieurs groupes de consultation réunissant des consommateurs à faible revenu et aux capacités de lecture et d'écriture

limitées, pour savoir comment ils réagissaient face aux documents de base qu'elle publie dans le cadre de

son volet d'éducation. Des participants francophones

et anglophones de Saint John, Montréal, Toronto

et Vancouver ont examiné deux publications de

l'ACFC : *Ouvrir un compte de banque personnel* et

Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du

Canada. Les documents étaient rédigés en un langage

simple. Chaque publication a été présentée sous

trois formes : une brochure, un livret et une fiche

de renseignements.

Les groupes de consultation ont permis à l'Agence

de se rendre compte de la manière dont ces

consommateurs utilisent et comprennent ses

documents, et de la façon dont l'information peut

leur être plus accessible. Les données obtenues

seront d'une valeur inestimable pour élaborer,

ultérieurement, des documents destinés à ce public.

Dans un premier temps, nous réviserons les brochures

soumises aux groupes de consultation afin d'intégrer

les enseignements tirés.

Comme le montre la démarche consultative adoptée,

l'ACFC souhaite que le plus grand nombre possible

de Canadiens comprennent le contenu de ses

publications. À cette fin, l'ACFC a créé un comité de

rédaction chargé d'examiner certaines publications

pour vérifier si elles sont conformes aux normes

de rédaction en un langage simple.

Nous avons également travaillé avec la Fédération

canadienne pour l'alphabétisation en français. Cette

organisation nous a aidés à évaluer les niveaux

Ressources du site Web

de lecture limitées.

d'alphabétisation requis pour comprendre nos publications et nous a fourni des recommandations sur la façon de les rendre plus accessibles aux consommateurs qui ont des capacités d'écriture et

La rubrique la plus fréquemment visitée du site Web de l'ACFC a été « Pour les consommateurs », suivie de « Publications » et de « Renseignements sur la conformité ». Pendant l'année écoulée, le site a été

visité en moyenne par 700 visiteurs par jour, soit près du double de la moyenne quotidienne de l'année précédente. En 2003-2004, on a compté plus de 250 000 visites du site Web, contre environ 132 000

en 2002-2003 (voir la figure 2, p. 12).

Depuis que l'ACFC a lancé son site Web en octobre 2001, le nombre de visites enregistré par mois n'a cessé de s'accroître (voir la figure 3, p. 12). Janvier 2004 a été le mois record de l'exercice écoulé; on a enregistré 32 555 visites après la parution de la

publication *Les cartes de crédit : à vous de choisir*

dans sa nouvelle version.

En 2003-2004, les documents et les outils les plus

fréquemment demandés par l'intermédiaire du site

Web ont été *Les cartes de crédit : à vous de choisir*, le

Guide du coût des services bancaires, le *Rapport annuel* et

le *Guide du consommateur de services bancaires de base*.

Les publications de l'ACFC ont été téléchargées du

Web à 221 682 reprises, soit près de 5 fois plus

qu'en 2002-2003.

Les ressources de l'ACFC dans le Web sont décrites dans les paragraphes qui suivent.

Les décisions du commissaire

Depuis l'automne 2003, l'ACFC diffuse dans son site Web les décisions finales du commissaire à l'égard des cas de conformité se rapportant à la violation d'un règlement ou au non-respect d'un code de conduite ou d'un engagement public. En rendant les décisions publiques, l'ACFC réalise l'objectif qu'elle s'est fixé en matière de transparence et de divulgation.

Le guide interactif a été conçu en format Web et en format d'impression facile à utiliser. Les deux versions contiennent de l'information sur les comptes pour étudiants, pour jeunes, pour personnes âgées et les comptes à frais modiques, ainsi que des conseils et des renseignements visant à aider les consommateurs à réduire leurs frais bancaires mensuels.

Brochures et livrets

Dans son effort constant de sensibilisation aux

obligations des institutions financières et aux

responsabilités des consommateurs, l'ACFC a

publié plusieurs nouveaux livrets et brochures :

- Ouvrir un compte de banque personnel
- Encaisser sans frais des chèques du gouvernement du Canada
- Vos droits et responsabilités : ce que vous devez savoir lorsque vous ouvrez un compte bancaire
- Vous songez à un produit de placement lié au rendement boursier? Ce que vous devez savoir sur les épargnes à terme indicielles vendues au Canada
- Et si votre succursale fermait ses portes?

- La protection de vos intérêts
- Nous travaillons à éduquer et à protéger les consommateurs
- Une nouvelle approche concernant l'aide aux consommateurs
- Ce que vous ne savez pas peut vous toucher

L'ACFC a continué de distribuer quatre brochures publiées antérieurement, en version imprimée et en format électronique :

La Direction a également produit une nouvelle affiche dont le but est de faire connaître l'ACFC aux consommateurs. Des exemplaires ont été distribués à l'échelle du Canada par l'intermédiaire des divers partenaires qui contribuent au rayonnement de l'ACFC (voir la section intitulée « Initiatives de liaison externe », p. 14).

La figure 1 montre l'augmentation spectaculaire du nombre de publications distribuées par l'ACFC en version imprimée et par téléchargement de son site Web. Le pourcentage d'augmentation est en effet

surprenant : 227 % au cours du dernier exercice.



Figure 1 : Distribution des publications de l'ACFC

Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques

Informez les

Canadiens

En 2003-2004, la Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques de l'ACFC s'est surtout occupée de sensibiliser davantage les Canadiens à la nouvelle réglementation sur l'accès aux services bancaires et de conseiller les consommateurs sur la façon dont ils peuvent obtenir des renseignements qui les aideront à faire des choix judicieux en matière financière.

Produits et instruments d'information pour les Canadiens

En 2003-2004, la Direction a redoublé d'effort pour distribuer des documents d'information à divers publics, notamment les consommateurs, les groupes de défense des consommateurs, les parlementaires, les bibliothèques et les institutions financières.

Guides du consommateur

En 2003-2004, la demande exprimée à l'égard des deux guides du consommateur de la Direction, à savoir *Les cartes de crédit : à vous de choisir* et le *Guide du coût des services bancaires*, est demeurée élevée.

• Les cartes de crédit : à vous de choisir

La Direction a fait paraître deux numéros de ce guide très apprécié au cours du dernier exercice. Pour qu'il soit le plus facile possible à utiliser, l'Agence en a modifié la présentation en janvier 2004. La trousse contient maintenant quatre livrets.

- **Guide du coût des services bancaires**
Ce guide convivial décrit presque tous les forfaits de services bancaires qu'offrent 14 institutions financières canadiennes. L'aide les consommateurs à comparer les forfaits pour choisir celui qui répond le mieux à leurs besoins.
 - Les dix tableaux comparent les caractéristiques de diverses cartes de crédit et les frais qui s'y appliquent, notamment les cartes de crédit standard et à taux réduit, ainsi que les cartes de crédit pour étudiants, les cartes de crédit avec garantie et les cartes de crédit or ou platine.
 - En toute sécurité : comment protéger votre carte de crédit et vos antécédents en matière de crédit
 - Bien gérer votre argent : comment économiser avec une carte de crédit
 - Vos droits et responsabilités : le coût d'emprunter
 - comprendre les termes et conditions de votre carte
 - Comment tirer profit d'une carte de crédit :
- Les quatre livrets sont les suivants :
- redigés en un langage simple et dix tableaux qui décrivent les diverses catégories de cartes de crédit. La trousse comprend également une feuille de calcul interactive que les consommateurs peuvent utiliser lorsqu'ils magasinent pour une carte de crédit, ainsi qu'un glossaire des termes propres aux cartes de crédit.

Améliorer le secteur financier

L'ACFC établit des normes qui améliorent le secteur financier. Elle accomplit des progrès sur les plans de la transparence et de la divulgation, et travaille avec les institutions financières pour être sûre que celles-ci fournissent une information complète, exacte et claire aux consommateurs. Elle prend également des mesures pour veiller à ce que le cadre de conformité mis en place avec les institutions financières soit toujours d'actualité.

À l'interne, l'ACFC élabore des normes pour son propre rendement en matière de service. Les résultats constatés sont excellents : d'après les résultats d'un sondage indépendant mené à la fin de 2003, la satisfaction des consommateurs envers l'ACFC est très élevée. Près de 90 p. 100 des répondants au sondage ayant eu recours à son Centre de communications avec les consommateurs étaient d'avis que les préposés avec lesquels ils se sont entretenus faisaient très bien leur travail.



En matière financière, les Canadiens veulent faire leurs propres choix. Ils reconnaissent cependant l'importance de la fonction de surveillance des institutions financières qu'exerce le gouvernement pour assurer leur protection. Et c'est là où la mission de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC) prend tout son sens auprès des Canadiens, car elle se situe sur ces deux fronts.

À l'ACFC, notre vision est celle d'un secteur financier juste et concurrentiel, au sein duquel les Canadiens peuvent obtenir facilement des renseignements fiables et objectifs qui les aident à prendre des décisions éclairées en matière financière. Nous croyons également en un secteur où les institutions financières s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs, la transparence est la règle et non l'exception, et l'intervention est rapide et efficace pour faire obstacle à la non-conformité.

Vu le mandat qui lui est confié et la façon dont elle remplit sa mission d'information et de protection des consommateurs, l'Agence se distingue nettement des services de médiation ou de protection du citoyen qu'offrent les banques et d'autres institutions financières. De tels services se fondent uniquement sur les plaintes reçues. Ils sont offerts lorsqu'un problème survient entre un consommateur et une institution, et ils répondent à une situation donnée. Pour sa part, l'ACFC a adopté une stratégie plus proactive. En effet, nous veillons à repérer les problèmes éventuels avant qu'ils ne surgissent et nous prenons des mesures préventives pour éviter qu'ils n'aient des répercussions à grande échelle.

Aider les Canadiens à prendre des décisions éclairées

L'ACFC est le point d'accès à des renseignements formulés en un langage simple, qui permettent aux consommateurs d'avoir une idée claire et précise de leurs droits et responsabilités dans le secteur financier. Munis de cette information, les consommateurs peuvent choisir les stratégies et les outils financiers qui répondent le mieux à leurs besoins.

L'augmentation marquée de la demande des consommateurs à l'égard de nos publications imprimées et électroniques témoigne du succès que nous avons remporté dans ce domaine. Le nombre de brochures et de livrets imprimés que nous avons distribués a presque doublé, passant de 50 115 en 2002-2003 à 91 381 en 2003-2004. Quant au nombre de téléchargements du Web, il est passé de 45 616 en 2002-2003 à 221 682, soit une hausse de près de 500 p. 100.

Écouter les Canadiens

L'ACFC prête une oreille attentive aux consommateurs, et elle répond à leurs questions. Les documents que nous produisons pour éduquer les consommateurs donnent suite aux tendances que nous relevons dans les demandes de renseignements et les plaintes que nous recevons. Cette façon de procéder nous permet de repérer les lacunes en matière d'information et de les combler. Les consommateurs se montrent enthousiastes à l'égard de l'information que nous leur offrons. En 2003-2004, les consommateurs ont communiqué avec nous 17 880 fois, comparativement à 14 505 fois en 2002-2003.

Le bilan de l'année





DANS L'INTERNET DES CANADIENS



RAPPORT ANNUEL DE L'ACFC 2003-2004

Les décisions prises l'année dernière se rapportaient à des cas liés à des droits importants des consommateurs et à des questions les intéressant, notamment :

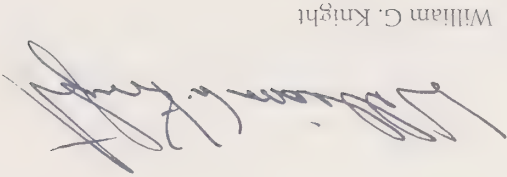
- les ventes liées avec coercition;
- la divulgation inexacte du coût d'emprunt;
- la non-divulgence des taux d'intérêt applicables aux cartes de crédit;
- la non-divulgence des taux hypothécaires;
- le défaut d'afficher des avis concernant les frais;
- le défaut de donner un préavis de fermeture de succursale.

Les décisions que j'ai prises ont donné lieu à de

nombreuses lettres de réprimande, des ententes de conformité, des procès-verbaux de violation et une sanction administrative pécuniaire de 50 000 \$ (qui fait actuellement l'objet d'un appel).

En 2004-2005, la conformité sera notre principal cheval de bataille. Nous appliquerons le *Règlement sur l'accès aux services bancaires de base* à la lettre. Nous mettrons les consommateurs et les institutions financières au courant du fait que les Canadiens ont le droit de recevoir des services bancaires de base, et que ces droits doivent être respectés.

Ce faisant, nous veillerons à l'application transparente de la réglementation. Si nous décelons un cas de violation qui pourrait être lourd de conséquences pour les consommateurs, nous en informons le public dès que la décision du commissaire sera finale. Nous continuerons aussi à établir des partenariats qui pourront nous aider à communiquer avec les Canadiens et à faire en sorte qu'ils connaissent leur droit à des services bancaires de base. Entre autres initiatives, nous travaillerons avec des organisations qui tentent de venir en aide aux Canadiens vulnérables, en particulier ceux dont les capacités de lecture et d'écriture sont limitées. Nous nous pencherons également sur les problèmes se rapportant aux obligations dont les banques doivent s'acquitter envers les petites entreprises.



William G. Knight

Lorsque je pose un regard rétrospectif sur nos réalisations en 2003-2004, la réaction positive de milliers de Canadiens à l'égard des efforts déployés par l'Agence m'impressionne et me réjouit à la fois. La diligence avec laquelle ils ont porté leurs préoccupations à notre attention a très largement contribué à l'exécution couronnée de succès de notre mandat. Un partenariat fort a vu le jour entre l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et les Canadiens; c'est l'une de nos grandes réalisations. Je tiens à remercier nos nombreux autres partenaires et intervenants, notamment les institutions financières que nous réglémentons, pour leur précieuse contribution à l'amélioration du secteur financier dans l'intérêt du secteur et des consommateurs. Je conclurai en soulignant le travail tout à fait remarquable des membres du personnel expérimenté, novateur et débordant d'énergie de l'Agence au cours de l'année écoulée. Le succès que nous constatons aujourd'hui n'aurait pas été possible sans le dévouement dont ils ont fait preuve envers l'Agence de la consommation en matière financière du Canada et sa mission.

Le commissaire de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada,

Lettre du

commissaire

La deuxième année d'activités complètes de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada est maintenant terminée. Pour nous, il ne fait aucun doute que cette année aura été marquée par la mise en œuvre du Règlement sur l'accès aux services bancaires de base, le 30 septembre 2003. Le Règlement prescrit le droit légitime des Canadiens d'avoir accès aux services bancaires de base, y compris le droit d'ouvrir un compte de dépôt personnel.

Les relations que l'Agence de la consommation en matière financière du Canada entretient avec les

Canadiens servent d'avertissement précoce en attirant notre attention sur les éventuels problèmes relatifs à la réglementation et aux codes de conduite volontaires. Nous pouvons ainsi adopter une approche proactive pour ce qui est de tels problèmes, et les aborder avant qu'ils n'aient des répercussions sur de grands nombres de Canadiens. Cette façon de procéder rend encore plus utiles les activités que mène l'Agence, car une décision prise par le commissaire dans un cas donné peut avoir une incidence sur la situation financière de dizaines, voire de centaines, de milliers de Canadiens.

En 2003-2004, j'ai pris de nombreuses décisions qui ont témoigné de l'application vigoureuse de la réglementation par l'Agence. Les Canadiens s'attendent à ce que le marché soit juste et concurrentiel, et les décisions que j'ai prises traduisent l'engagement de l'Agence de la consommation en matière financière envers les consommateurs canadiens.

Le nouveau Règlement confère à l'Agence le plein pouvoir législatif de remplir son mandat, lequel consiste à informer les Canadiens de leurs droits et responsabilités dans le secteur financier, et à surveiller les institutions financières pour s'assurer qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs. En remplissant son mandat et en appliquant le nouveau Règlement, l'Agence de la consommation en matière financière du Canada travaille dans l'intérêt des Canadiens et du secteur. La contribution de l'Agence est indéniable. En effet, ses activités sont en grande partie dictées par une demande sans cesse croissante des consommateurs à l'égard de ses services, ce qui indique manifestement que les Canadiens ne demandent qu'à recevoir l'aide et l'information que nous mettons à leur disposition. En 2003-2004, la demande exprimée à l'égard de nos publications imprimées a presque doublé par rapport à l'année précédente, et le nombre de téléchargements des publications affichées dans le site Web de l'Agence a presque quintuplé.





Canada

Edifice Enterprise
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

Le 22 septembre 2004

L'honorable Ralph E. Goodale, C.P., député
Ministre des Finances
Chambre des communes
Ottawa (Ontario) K1A 0M6

Monsieur le Ministre,

J'ai le plaisir de vous soumettre le rapport annuel de l'Agence de la consommation en matière financière du Canada, qui couvre la période allant du 1^{er} avril 2003 au 31 mars 2004, soit la deuxième année d'activités complète de l'Agence.

Je vous prie d'agréer, Monsieur le Ministre, l'assurance de mes sentiments les plus distingués.

Le commissaire,

William G. Knight

c.c. L'honorable John McKay, C.P., député,
secrétaire parlementaire du ministre des Finances

Table des matières

| | |
|----|--|
| 3 | Lettre du commissaire |
| 7 | Le bilan de l'année |
| 9 | Aperçu |
| 19 | Direction de l'éducation des consommateurs et des affaires publiques |
| 25 | Direction de la conformité et des relations avec l'industrie |
| 25 | Dans l'intérêt des Canadiens |
| 25 | Questions qui préoccupent les Canadiens |
| 35 | Donner suite aux préoccupations des Canadiens |
| 37 | Activités de l'ACFC |
| 41 | Rendement de l'ACFC |
| 45 | Liste des figures et schémas |
| 46 | États financiers |
| 59 | Annexes |
| 59 | A : Glossaire |
| 62 | B : Dispositions et règlements visant les consommateurs |
| 64 | C : État des règlements |
| 66 | D : Principaux codes de conduite et engagements publics sous la surveillance de l'ACFC |

Notre mission

- L'Agence de la consommation en matière financière du Canada a pris l'engagement d'améliorer le secteur financier du Canada en :
- assurant une surveillance efficace et efficiente des institutions financières pour veiller à ce qu'elles s'acquittent de leurs obligations envers les consommateurs;
 - fournissant de l'information qui permet aux consommateurs de comprendre leurs droits et de prendre des décisions éclairées en matière financière.

Comment communiquer avec l'ACFC

Pour obtenir plus de renseignements, formuler des commentaires ou vous procurer des exemplaires de la présente publication, veuillez communiquer avec l'Agence de la consommation en matière financière du Canada (ACFC).

Téléphone 1 866 461-2232 (sans frais)
Télécopieur 1 866 814-2224 (sans frais)

Courriel

information info@acfc.gc.ca
publications pub@acfc.gc.ca
demandes des médias media@acfc.gc.ca

Site Web www.acfc.gc.ca

Adresse Agence de la consommation en matière financière du Canada
Édifice Enterprise, 6^e étage
427, avenue Laurier Ouest
Ottawa (Ontario) K1R 1B9

N.B. Dans cette publication, la forme masculine désigne tant les femmes que les hommes.

© Sa Majesté la Reine du Canada (Agence de la consommation en matière financière du Canada)

N^o de catalogue : FCI-2004

ISBN : 0-662-68255-6





Agence de la consommation
en matière financière du Canada
Financial Consumer
Agency of Canada

13674

Dans l'intérêt des Canadiens



Protéger les consommateurs
Informar les Canadiens

Canada



RAPPORT ANNUEL 2003-2004

